

Tekijä		Työn julkaisuvuosi
Heidi Koski		2012
Laitos	Koulutusohjelma	
Muotoilun laitos	Tekstiilitaiteen koulutusohjelma	
Työn nimi		
Jutuksi muotoiltu. Läpileikkaus suomalaisen muotoilujournalismiin ja hyvän muotoilujutun aineksiin		
Opinnäytteen tyyppi	Kieli	Sivumäärä
Taiteen maisterin opinnäyte	Suomi	56
<p><i>Tiivistelmä</i></p> <p>Opinnäytteen tavoitteena on ollut tarkastella suomalaista muotoilujournalismia ja hyvän muotoilujutun aineksia. Työn produktiivinen osa on juttusarja, jonka kolme artikkelia käsittelevät ajankohtaisia suunnittelijoita, heidän työtään ja alan ilmiöitä suomalaisen muotoilun kentällä. Opinnäytteen näkökulma muotoilujournalismiin on aikakauslehtipainotteinen.</p> <p>Työn kirjallinen osa jakautuu viiteen kokonaisuuteen. Alussa on selvitetty myöhemmissä osioissa käytettyjä keskeisiä käsitteitä ja viitattu aiempiin tutkimuksiin. Toisessa, varsinaisessa teoriaosassa, on pohdittu millaisia muotoilun erikoisaikakauslehtiä Suomessa on ollut 1900-luvun alusta lähtien, mitä muotoilujournalismi on tänään ja mikä printtijournalismin tulevaisuus on.</p> <p>Kolmannessa tutkimusosassa tarkastelun kohteena on ollut Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto ja kilpailun voittaja-artikkelit vuosilta 2006–2010. Analysoimalla voittajajuttuja on selvitetty hyvän muotoiluartikkelin ominaisuuksia ja pohdittu onko kyseisillä voittajatöillä yhdistäviä tekijöitä. Tietoa tämän päivän muotoilujournalismista ja erikoistoitittajan ammatinkuvasta on saatu haastatteleamalla neljää muotoiluun erikoistunutta toimittajaa. Ammatillaiset ovat pohtineet tärkeimpiä hyvän jutun ominaisuuksia arvioiden Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon tuomariston antamia kommentteja voittaja-artikkeleista. Kirjallisen osan viimeisessä kohdassa on kiteytetty onnistuneen muotoilujutun aineksia. Opinnäytteen produktiivisessa osassa tutkimuksen tuloksia on peilattu kolmesta jutusta koostuvaan juttusarjaan.</p> <p>Juttusarjan henkilöjutut ovat ajankuvia suomalaisista muotoilijoista ja muotoilun alasta. Artikkelien aiheina ovat jalkine- ja tekstiilisuunnittelijan yhteinen kenkämallisto, vaatesuunnittelijan kotikauppa ja hänen yhteistyönsä Marimekon kanssa sekä muotoilija, joka työskentelee alati kasvavalla palvelumuotoilun alueella. Tärkeässä osassa ovat myös artikkelien kuvat, jotka täydentävät tarinoita. Artikkeleita ei ole tehty tilauksena millekään lehdelle.</p> <p>Tutkimuksen tuloksena on, että hyvän muotoilujutun aineksiin kuuluu muun muassa lukijaa koukuttava aloitus. Aloituksissa käytetään usein joko sitaattia tai tilanteen tai yksityiskohdan kuvailua. Muotoilujournalismissa käytetyimpiä juttutyyppejä ovat henkilö- ja feature-jutut. Aiheet kerrotaan mielenkiintoisten persoonien ja ajankohtaisten ilmiöiden kautta. Juttujen sisällössä suunnitteluprosessien esiintuominen on tavoiteltavaa. Kuvitus on myös tärkeä osa kokonaisuutta. Parhaimmillaan kuvat tuovat aivan uuden tason jutulle ja tarjoavat visuaalisen kokemuksen lukijalle. Myös rakenteen selkeys ja tekstin ymmärrettävyys sekä virheettömyys ovat oleellisia ominaisuuksia.</p> <p>Koska aikakauslehdistössä ei ole tällä hetkellä säännöllisesti ilmestyvää muotoilun erikoislehteä, sisustuslehdet ja sanomalehdet ovat muotoilujournalismin tärkeimpiä kanavia. Muotoilua ruoditaan myös talousalan lehdissä, esimerkiksi viennin ja markkinoinnin näkökulmasta. Digitaalinen siirtymä, koveneva kilpailu sekä lisääntyneet tuottovaatimukset ovat haasteita aikakauslehdille ja myös muotoilujournalismille.</p>		
<p><i>Avainsanat</i></p> <p>Muotoilujournalismi, juttusarja, henkilöjuttu, Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto, muotoiluala, toimitustyö, toimittaja</p>		

<i>Author</i> Heidi Koski		<i>Year of publication</i> 2012
<i>Department</i> Department of Design	<i>Degree programme</i> Textile Art and Design	
<i>Title</i> Jutuksi muotoiltu. Läpileikkaus suomalaisen muotoilujournalismiin ja hyvän muotoilujutun aineksiin (Designed to be an article. Overview of Finnish design journalism and the elements that make a good design article)		
<i>Type of work</i> Master's Thesis	<i>Language</i> Finnish	<i>Number of pages</i> 56
<p><i>Abstract</i></p> <p>The aim of this thesis is to examine the Finnish design journalism and the elements that make a good design article. A series of articles about designers and their work as well as the phenomena of Finnish design field is created as a productive part of the work. The perspective of the thesis is magazine oriented.</p> <p>The written part of the thesis is divided into five sections. In the in the first part the keywords and previous studies are reviewed. In the second theoretical part, a research on the following subjects is conducted: what kind of design magazines have been published from the 20th century onwards, what is design journalism today and what is the future of print journalism.</p> <p>In the third part of the research The Vaasa Prize for Design Journalism competition and the winner articles for the years 2006–2010 are under review. By analyzing the winner articles, the good elements of a design article are clarified. As a part of this research, interviews were organized with four journalists who specialize in design. These professionals have reflected their thoughts on design journalism and elements of a good design article based on The Vaasa Prize for Design Journalism competition jury comments on the winner articles.</p> <p>In the last part of theory features of a well written design article are crystallized. The research results are reflected on the three articles written in the productive part of the thesis.</p> <p>The three articles in the productive part of the thesis present firstly, a unique and collaborative shoe collection by a shoe designer and a textile designer, secondly, a story of a fashion designer and her cooperation with Marimekko and thirdly, a designer who works on the ever-growing area of service design. Also the photographs play a major part in this series of articles. The articles are not commissioned by any specific magazine.</p> <p>The results of this thesis show, that the most commonly used features to capture the reader's attention are an addictive start with citation or a detail description. The most commonly used story types are profiles and feature stories. Different topics are handled through interesting personalities, design processes and current design phenomena. The pictures have a very important role to play as well. They raise the article on a whole new level by providing a visual experience for the reader. The essential features of a text are clear structure, accuracy and understandability.</p> <p>Since at the moment there are no regularly issued design magazines among the magazine press. Interior magazines and newspapers are the main channels for design journalism. Also economic journals debate on design from an export and marketing point of view. Digital transition, intensifying competition and increasing yields are the major challenges for magazines as well as for design journalism today.</p> <p><i>Keywords:</i> Design journalism, series of articles, profile, The Vaasa Prize for Design Journalism competition, design, editing, editor</p>		

JUTUKSI MUOTOILTU

Läpileikkaus suomalaiseen
muotoilujournalismiin
ja hyvän muotoilujutun aineksiin

HEIDI KOSKI

*Taiteen maisterin opinnäyte • Tekstiilitaiteen koulutusohjelma • Muotoilun laitos
Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu*

24.4.2012

Opinnäytteen ohjaajat

KATJA LINDROOS

*Taiteen maisteri, toimittaja
ja tuottaja*

PÄIKKI PRIHA

Taiteen tohtori, professori

SISÄLLYS

JOHDANTO	4
1. TAUSTA	4
2. KÄSITTEET JA LÄHTÖKOHDAT	5
2.1 Muotoilujournalismin määrittely	5
2.2 Muita keskeisiä käsitteitä	6
2.3 Tutkimusaineisto ja -menetelmät	6
2.4 Aiempi tutkimus	7
3. JOHDATUS MUOTOILUJOURNALISMIIN	8
3.1 Historiakatsaus muotoilun erikoisaikakauslehtiin	8
3.2 Suomalainen muotoilujournalismi tänä päivänä	12
3.3 Massasta erottuvat julkaisut	14
3.4 Printtijournalismin tulevaisuus	17
4. MUOTOILUJOURNALISMIN VAASA-PALKINTO	18
4.1 Kilpailun tausta	18
4.2 Osallistuminen ja arvostelukriteerit	18
4.3 Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon voittajat 2006–2010 ja tuomariston perustelut	18
4.4 Analyysi palkinnon voittaneista jutuista	20
5. MUOTOILUJOURNALISMI TOIMITTAJAN NÄKÖKULMASTA	22
5.1 Neljän muotoilutoimittajan profiilit	22
5.2 Toimittajien ajatuksia muotoilusta ja muotoilujournalismista	23
5.3 Jutun neljä oleellista ominaisuutta	23
6. HYVÄN MUOTOILUJUTUN AINEKSET	24
7. JUTTUSARJA	25
7.1 Juttu numero 1	26
<i>Kengillä koreaksi</i>	28
7.2 Juttu numero 2	32
<i>Vaiston varassa</i>	34
7.3 Juttu numero 3	40
<i>Muotoilua ja empatiaa</i>	42
8. LOPUKSI	46
ALAN SANASTOA	47
LÄHTEET	48
LIITTEET	51

Liite 1 Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto -kilpailun jury ja asiantuntijaryhmä 2006–2012

Liite 2 Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon voittajat vuosilta 2006–2010

Liite 3 Poimintoja kilpailun asiantuntijaraadin voittajatoista antamista lausunnoista kilpailukaudesta 2006 ja 2008

JOHDANTO

Muotoilusta viestiminen on tärkeää. Laadukas journalismi edistää suomalaista muotoilualan tunnettua, arvostusta ja kehitystä. On mielenkiintoista kartoittaa, mitä muotoilujournalismi on tänä päivänä ja mihin suuntaan se on menossa. Muotoilukirjoittaminen ei ole enää pelkästään sanomalehtien kulttuurisivujen tai ammatilehtien omaisuutta, vaan muotoilua käsitellään yhä laajemmin eri lehdistä ja monista eri näkökulmista. World Design Capital Helsinki 2012 -vuosi on lisännyt designin esiintyvyyttä mediassa. Tapahtuman kunniaksi on julkaistu muotoiluun keskittyneitä erikoislehtiä ja -numeroita. Entä millainen on hyvä muotoilua käsittelevä juttu ja mitkä kohdat ovat oleellisia, kun kokonaisuutta rakennetaan. Monille ei ole tuttua se, että Suomessa muotoilukirjoittamisesta voidaan jopa kilpailla. Kaikkia näitä edellä mainittuja aiheita tulen käsittelemään tässä opinnäytteessä.

Tavoitteenani on selvittää suomalaisen muotoilujournalismin tämän hetkistä tilaa ja hyvän muotoilujutun aineksia. Opinnäytteen produktio-osa koostuu kolmen artikkelin juttusarjasta. Jutut käsittelevät ajankohtaisia muotoilijoita ja heidän työtään. Tarkastelen opinnäytteen aihetta aikakauslehtipainotteisesti, koska suomalainen muotoilujournalismi on ollut sitä vuosikymmenten ajan.

Luvussa kaksi avaan sanat muotoilu ja journalismi sekä muut opinnäytteessä käytetyt keskeiset käsitteet. Tässä kohtaa viittaan myös aiempiin tutkimuksiin.

Luvussa kolme käyn läpi millaisia muotoilun erikoisaikakauslehtiä Suomessa on ollut 1900-luvun alusta lähtien. Kartoitan myös muotoilujournalismin tämän hetkistä tilaa lehdistössä. Mainitsen myös valtavirrasta erottuvia aikakauslehtikonsepteja, jotka käsittelevät muotoilua omaleimaisella lähestymistavalla. Luvun lopussa viittaan printtijournalismin tulevaisuuteen, sen mahdollisuuksiin ja haasteisiin.

Neljännän luvun tarkastelun kohteena on Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto ja kilpailun voittaja-artikkelit vuosilta 2006–2010. Käyn läpi kilpailun taustan, osallistumissäännöt sekä arvostelukriteerit. Analysoimalla voittajajuttuja selvitan hyvän muotoiluartikkelin ominaisuuksia. Olen tarkastellut juttujen muotoseikkoja (pituus, juttutyyppi, sijainti lehdessä, aloitus- ja lopetustyyli), aiheita sekä kuvituksia. Teen analyysin avulla johtopäätöksiä siitä, minkä tyyppisiä artikkeleita kilpailun tuomaristo on suositellut.

Olen haastatellut neljää suomalaista toimittajaa, jotka kirjoittavat muotoilusta. Viidennessä luvussa kerron heidän työnkuvastaan sekä ajatuksistaan muotoilusta ja muotoilujournalismista. Haastattelutilanteissa olen pyytänyt heitä arvioimaan Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon tuomariston antamia kommentteja voittajajutuista. He pohtivat mitkä ovat tärkeimmät ominaispiirteet, joista hyvä juttu syntyy.

Opinnäytteen kirjallisen osan kuudennessa luvussa kokoon

yhteen onnistuneen muotoilujutun ainekset. Juttuanalyysejä ja toimittajahaastatteluiden tuloksiin nojaten, kerron millaisia ominaispiirteitä hyvässä muotoilua käsittelevässä lehtijutussa on.

Opinnäytteen produktiivisessa osassa, luvussa seitsemän, peilaan tutkimukseni tuloksia kolmesta jutusta koostuvaan juttusarjaan. Toteuttamani jutut kuvastavat omaa näkemystäni onnistuneesta aikakauslehteen suunnatusta muotoilujutusta. Artikkelien päähenkilöinä ovat omaa tietä kulkevat, suurelle yleisölle vielä varsin tuntemattomat, muotoilijat kotimaisen muotoilun alalta.

Viimeisessä eli kahdeksannessa osiossa tiivistän saamiani tuloksia ja pohdin työni onnistumista ja merkitystä.

1. TAUSTA

Kirjoittaminen ja suunnittelutyö muistuttavat hyvin paljon toisiaan. Myös kirjoitusprosessi on taustatyötä, suunnittelua, ongelmanratkaisua, rakenteen muokkaamista, hiomista ja työn viimeistelyä.

Idea koko opinnäytteen aiheelle lähti juttusarjan toteuttamisesta. Pikkuhiljaa sen ympärille alkoi muodostua ajatus suomalaisen muotoilujournalismin tutkimisesta. Kun kuulin ensimmäistä kertaa Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnosta pari vuotta sitten, jäin pohtimaan kilpailua sekä sen asemaa journalismissa ja muotoilussa. Opinnäytteeni kokoa edellä mainitut aiheet yhteen. Muotoilu, johon minulla on koulutus, ja aikakauslehtikirjoittaminen, jossa olen vasta aloittelija, kohtaavat tässä työssä.

Innostuin lehtiuttujen kirjoittamisesta maisteriopintojeni alussa Kirjoittamisen työpaja -kurssilla syksyllä 2008. Seuraavana vuonna hain ja pääsin Aikakauslehtijournalismin sivuaineopintoihin, joka järjestettiin Taideteollisen korkeakoulun median laitoksen graafisen suunnittelun osastolla lukuvuoden 2009–2010 aikana. Opintojen päämääränä oli tuottaa oma aikakauslehtikonsepti, jolloin suunnittelin ja toteutin muotoiluaiheisen *Kaava*-lehden. Siinä yhdistyivät saumattomasti kirjoittaminen, lehtikonseptin kehittäminen sekä aikakauslehden visuaalinen muotoilu.

Olen kirjoittanut aikaisemmin joitain juttuja *Taide & Designiin* sekä *Arttu!* -lehteen, joka oli Taideteollisen korkeakoulun julkaisu vuoteen 2011. Juttujen kirjoittamisessa minua vie eteenpäin jatkuva uteliaisuus ihmisiä ja ilmiöitä kohtaan. Kirjoittamisen avulla voin havaita ja selittää ympärillä olevaa muotoilun maailmaa.

2. KÄSITTEET JA LÄHTÖKOHDAT

2.1 MUOTOILUJOURNALISMIN MÄÄRITTELY

Koska muotoilujournalismi ei ole kovin vakiintunut käsite, määrittelen seuraavaksi sanat muotoilu ja journalismi erikseen.

Muotoilu on tuotteiden käyttööminäisyyksien ja ulkonäön suunnittelua ja osa tuotekehitystoimintaa. Muotoilulla tähdätään useimmiten kaupallisesti menestyvään, käyttäjän tarpeita huomioiden ottavaan tuotteeseen tai palveluun. Muotoilijan päämääränä on pyrkimys ratkoa olemassa olevia ongelmia. Useissa tapauksissa muotoilija tekee työn toimeksiantona yritykselle tai muulle taholle, jolloin muotoilija on osa laajempaa tuotantoprosessia. Saksalaisen teollisen muotoilijan Dieter Ramsin mukaan hyvä muotoilu on huomaamaton kuin englantilainen hovimestari. Tuote on onnistunut, kun se toimii eikä käyttäjä tule edes ajatelleeksi, että joku on sen suunnitellut (Aho, HS 4.3.2012).

Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun professori Pekka Korvenmaan (2009) mukaan nykypäivänä muotoilu määritellään yhä vahvemmin kulttuurisena toimintana sekä esineellisen että kuvallisen ympäristömme muokkaajana. Aiemmin käytetty sana ”taideteollisuus” korvautui 1970-luvulta lähtien yleisnimityllä ”muotoilu”. Muutokseen vaikutti teollisen muotoilun kehittyminen. Ennen sitä Suomi oli pitkään maatalousvaltainen maa, jossa talonpoikauskulttuuri vallitsi. Pian toisen maailmansodan jälkeen modernismista tuli yhteiskunnan uudistumista, modernisaatiota, tukeva käytäntö kaikelle suunnittelulle. Koti, sen kalustaminen ja toiminnallisuus olivat taideteollisuuden keskeisiä ilmentymiä. (Korvenmaa 2009, 8–9, 321.)

Elintason nousu sekä tuotannon ja taideteollisuuden lisääntyvä yhteistoiminta johtivat 1950-luvulta alkaen taideteollisuuden nopeaan kehittymiseen ja toimialueen laajentumiseen. Elettin taideteollisuuden kultakautta. Muotoilijan rooli muuttui anonymimmäksi teollisen muotoilun myötä 1970-luvulla. Se erosi aikaisemmin sotien jälkeisinä vuosikymmeninä vallinneesta kulttuurista, jossa muotoilu oli varsin henkilöitynyttä. (Korvenmaa 2009, 322, 324.)

Muotoiluun on perinteisesti laskettu kuuluvan teollinen muotoilu, taideteollinen muotoilu, tilasuunnittelu, tekstiilitaide, kalustesuunnittelu sekä vaatesuunnittelu ja pukutaide, joista myös Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun muotoilun laitos muodostuu. Viime vuosina muotoilun ja designin käsite on laajentunut. Perinteisen taideteollisen esinemuotoilun ja teollisen muotoilun rinnalle on tullut monia uusia osa-alueita. Muotoilu on muuttumassa yhä enemmän konkreettisesta esinemuotoilusta kohti aineetonta muotoilua. 1990-luvulta lähtien muotoilutyö on käsittänyt esimerkiksi muotoilujohtamista (Design management), strategista muotoilua sekä yritysidentiteetin suunnittelua (Brand management). Yksi tuoreimmista alueista on palvelumuotoilu, joka tarkoittaa palvelujen suunnittelua ja kehittämistä muotoilun menetelmin. Aalto-yliopiston muotoilun laitoksen Creative Sustainability -koulutusohjelma pyrkii toimillaan muun muassa

kestävään tuote- ja kaupunkisuunnitteluun. Graafinen suunnittelu sekä sähköisten käyttöliittymien suunnittelu, kuten pelimuotoilu, voidaan laskea myös muotoiluun kuuluviksi.

Muotoilu, rinnakkaisena terminä design, on itsenäinen käsite, jonka ulkopuolelle rajautuvat arkkitehtuuri ja kuvataiteet. Muodon palapeli -teoksessa Ilkka Kettunen (2001) lainaa kirjailija Veijo Meren määritelmää muoto sanan alkuperästä, joka on todennäköisesti skandinaavinen laina. Muinaisnorjan *mot* tarkoitti muun muassa ulkonäköä ja muinaisruotsin *möt* merkitsi myös muottia ja kuvaa. (Kettunen 2001, 14.)

Journalismin tehtävä on olennaiseen ja totuuteen perustuvan tiedon välittäminen joukkoviestimien avulla. Se on yhteiskunnan kriittistä tarkastelua ja yhteiskunnallisen vallankäytön valvontaa. Journalismin tavoitteena on edistää julkista keskustelua ja sananvapautta. Se toimii ympäröivän maailman tapahtumien kuvaajana ja tarkastelijana tekstin, kuvan sekä äänen avulla. Journalismi jaetaan perinteisesti printtijournalismiin ja sähköiseen journalismiin. Journalismi voidaan eritellä myös spesifeihin osa-alueisiin esimerkiksi kulttuurijournalismiin, tiedejournalismiin, tutkivaan journalismiin sekä rikosjournalismiin. (Kuutti & Puro, 1998, 61.)

Jo 1960-luvulla norjalaiset tutkijat Johan Galtung ja Mari Holmboe Ruge kehittivät uutiskriteerit, jotka ovat vaikuttaneet toimituskäytäntöihin tähän päivään saakka. Uutiskriteereihin, joiden avulla voidaan tyydyttää lukijoiden eli yleisön odotukset, kuuluvat muun muassa jutun tuoreus, selkeys, faktisuus sekä henkilöitävyys. (Nieminen & Pantti, 2009, 99–100.)

Yhteiskunnalliset olot sekä tekninen kehitys muokkaavat journalismia. Internet on mahdollistanut journalismille esimerkiksi nopean tiedonvälityksen ja journalistille yhä monipuolisemman lähteiden käyttämisen. Sana jour tulee ranskankielestä ja viittaa päivään. Journali merkitsee päiväkirjaa ja journalismi ”päiväkirjan pitämistä yhteiskunnallisista tapahtumista.” (Kuutti & Puro, 1998, 60–61.)

Koska muotoilua ei voi rajata tarkasti, myös muotoilua käsittelevien juttujen ja artikkeleiden aiheet ovat yhä monipuolisempia. Tässä opinnäytteessäni määrittelen muotoilujournalismin olevan ammattimaista journalismia, joka käsittelee muotoilua laaja-alaisesti ajankohtaisiin aiheihin. Toimittajan asiantuntijuus sekä hänen oma näkemyksensä ovat muotoilujournalismin taustalla, jolloin se tarkoittaa aiheeseen perehtyneisyyttä ja tarvittaessa myös kriittistä ajattelua.

2.2 MUITA KESKEISIÄ KÄSITTEITÄ

Aikakauslehti

Aikakauslehti on suppea aiheeltaan, vähintään neljä kertaa vuodessa ilmestyvä ja tietynnimisenä, numerojärjestyksessä julkaistava painotuote tai sähköinen julkaisu. Jokainen numero sisältää useita artikkeleita ja muuta toimituksellista aineistoa. Yleisölehdet kuten yleisaikakaus-, erikoisaikakaus- ja naistenlehdet ovat suunnattu laajalle lukijakunnalle ja pyrkimyksenä on liiketaloudellinen kannattavuus. Myös pienryhmälehdet kuten asiakas-, ammatti-, tiede-, taide- ja järjestölehdet luetaan aikakauslehdiksi. Ne ovat kohdennettu erilaisille suppeammille intressiryhmille ja niiden tavoitteena on tukea lehtiä kustantavien yritysten tai yhteisöjen päämääriä. Alkuperäisnimitys *magazine*, italiaksi *magazzino*, viittaa tavarataloon, toisin sanoen lehtien sisältämään ”tiedon tavarataloon.” (Kuutti 2006, 9.)

Aikakauslehdille on tyypillistä konseptiajattelu, jolloin lehti luodaan tyylin, aiheen ja näkökulman ympärille. Aikakauslehdet pyrkivät vastaamaan lukijoiden odotuksiin ja tuottamaan mielihyvää lukijoille helposti omaksuttavalla ilmaisulla ja avoimuudella. Aikakauslehdillä on myös tärkeä rooli lukijoiden identiteetin muodostajina ja yhteisöjen luojina. (Töyry 2009, 129.)

Juttu ja artikkeli

Näiden kahden ero on häilyvä ja niitä käytetään arkikielessä synonyymisesti, mutta voidaan sanoa, että lehtijuttu on aikakauslehteen tai muuhun lehtijulkaisuun kirjoitettu populaari eli yleistajuinen teksti. Artikkelilla tarkoitetaan myös tieteellistä kirjoitusta, joka on kohdennettu asiantuntijajoukolle. (Kielikompassi, www-sivu 3.2.2012.)

Henkilöjuttu

Henkilöjuttuja voidaan kutsua myös henkilöhaastatteluiksi tai henkilökuviksi. Niiden sisällöissä voi olla pieniä vivahde-eroja. Aikakauslehtialalla käytetään usein henkilöjutun käsitettä arkipuheessa. Panu Rätty erottaa henkilökuva ja henkilöhaastattelun toisistaan seuraavasti: henkilöhaastattelu välittää tietoa, kun taas henkilökuva pyrkii luomaan kokonaiskuvan ihmisestä. Parhaimmillaan henkilökuva on kertomus ihmisestä, aatteesta ja ajasta – maailmasta tässä ja nyt. Rättyn mukaan vahvassa henkilökuvasa näkökulma on subjektiivinen (Rätty 1998, 138–139). Tom Lundberg kuvaillee kirjassaan henkilökuvaan olevan ”kirjallinen muotokuva päähenkilöstä” (Lundberg 2001, 92).

Mediasanasto-teos ei sisällä käsitettä henkilöjuttu, mutta henkilöhaastattelu luokitellaan haastattelun yhdeksi alalajiksi. Asiasanasto määrittelee henkilöhaastattelun olevan tietojen, mielipiteiden ja vaikutelmien hankkimista niin sanotun *human interest* -juttua (inhimillistä kiinnostavuutta sisältävä) varten (Kuutti & Puro 1998, 40–41). Lauri Kotilaisen *Parempi lehtijuttu* -kirjassakin määritellään vain ja ainoastaan haastattelu. Kotilaisen mukaan ihmistä koskettava ja syvälle menevä haastattelu on yleisin juttutyyppi aikakauslehdissä. Haastattelu on parhaimmillaan asian ytimeen porautuva, haastattelun sisimpää tuntoja tulkitseva, lukijaa koskettava juttu. (Kotilainen 2003, 66.)

Juttutyyppi

Journalistiikassa juttutyyppi tarkoittaa tekstille, kuvitukselle sekä kokonaisuuden muille visuaalisille elementeille, esimerkiksi teksti-nostoille, annettua vakiintunutta muotoa. Myös tekstilajia, genreä ja lajityyppiä käytetään synonyymisesti juttutyyppin rinnalla. Perinteisesti juttutyyppeihin kuuluvat muun muassa henkilöhaastattelu, arvostelu, kolumni, uutinen, asiantuntija-artikkeli, feature-juttu, pääkirjoitus, sisällysluettelo ja muu lehdestä toisen vakimuotoisena toistuva aineisto. Jokaisella juttutyyppillä on oma tarkoituksensa ja tehtävänsä. (Kuisma ym. 2008, 55.)

Lauri Kotilaisen mukaan juttutyyppien rajat ovat kuin veteen piirretty viiva. Yllämainitut juttutyyppit ovat lähtökohdiltaan ja toteutukseltaan erilaisia. Silti ne kaikki ovat juttuja. Juttutyypeistä puhuminen on tapa jäsentää ja selkeyttää lehtien sisältöä ja esimerkiksi helpottaa päätoimittajan ja freelance-toimittajan välistä kommunikointia jutun tilaamisen yhteydessä. (Kotilainen 2003, 65.)

2.3 TUTKIMUSAINEISTO JA -MENETELMÄT

Saadakseni kuvan suomalaisesta muotoilujournalismista olen hankkinut tietoa muotoilusta, journalismista ja aikakauslehdistä eri kirjallisuus- ja dokumenttilähteiden avulla. Niihin on kuulunut muun muassa sanoma- ja aikakauslehtiartikkeleita sekä tietoa sähköisessä muodossa.

Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnosta ja voittaja-artikkeleista olen saanut tietoa sekä aiemmalta Vaasan kaupungin tiedotusassistentilta Annika Haukkasalolta että nykyiseltä tiedotusassistentilta Suvi Pärnäseltä. Olen haastatellut myös sähköpostitse kilpailun perustajiin kuuluvaa vuorineuvos Krister Ahlströmiä saadakseni tietoa kilpailun taustasta ja perustamisesta. Henkilökohtaisia tiedonantoja on tukenut Vaasan kaupungin www-sivut.

Olen tarkastellut analyysin avulla Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon voittaneita juttuja vuosilta 2006–2010. Olen kartoittanut artikkelien pituuksia, aiheita, juttutyyppisiä ja kuvituksia. Juttuja analysoidessani olen pohtinut onko palkinnon voittaneissa jutuissa havaittavissa tyypillisiä piirteitä ja yhdistäviä tekijöitä?

Olen haastatellut neljää muotoilutoimittajaa, saadakseni käytännön näkökulmaa muotoilujournalismiin. Haastatteluiden avulla olen selvittänyt heidän näkemyksiään muotoilujournalismista, muotoilusta sekä hyvän jutun ominaisuuksista. Asiantuntijahaastatteluja varten olen laatinut avoimen strukturoidun haastattelurungon. Olen käyttänyt samaa metodologiaa myös omaa juttusarjaa varten tehdyissä henkilöhaastatteluissa.

Lisäksi olen tehnyt yhteenveton hyvän jutun piirteistä, käyttäen hyväksi kilpailun asiantuntijaraadin vuosien 2006 ja 2008 voittajatoistia antamia lausuntoja. Olen poiminut lausunnoista hyvän muotoilujutun piirteitä ja näyttänyt ne haastateltaville toimittajille. Toimittajien vastausten perusteella olen koonnut neljä tärkeintä kohtaa, jotka ovat tulleet vahvimmin esille haastattelutilanteissa.

2.4 AIEMPI TUTKIMUS

Seuraavat tutkimukset olen valinnut sillä perusteella, että ne koskevat tietyllä tasolla oman opinnäytteeni aihetta. Tutkimusten kohteina ovat muotoilun mediajulkisuus talouslehdissä sekä näyttelytekstien tutkiminen ja niiden merkitys suomalaisen muotoiluun ja muotoilijan ammattiin. Töissä tarkastellaan myös *Suomen Kuvalehden* Hän-henkilöjuttuja tekstilajina, kuvajournalismikilpailua mediarituaalina sekä *Muoto*-lehden uudistusta, jossa aikakauslehteä lähestytään esineenä.

Toni Rynänen (2009) on tutkinut Helsingin yliopistossa muotoilun mediajulkisuutta suomalaisessa talouslehdissä 1980-luvun lopulta 2000-luvun alkuvuosiin. Taloustieteen laitokselle valmistuneessa *Median muotoilema: muotoilun mediajulkisuus suomalaisessa talouslehdissä* -väitöskirjassaan Rynänen selvittää mitä muotoilusta esitetään suomalaisessa talouslehdissä ja miten muotoilun mediajulkisuutta kuvataan. Rynänen mukaan muotoilun merkitys on kasvanut ja se näkyy myös mediassa, jossa siitä kirjoitetaan lisääntyvästi. Hän kumoaa vanhan käsityksen siitä, että muotoilua käsiteltäisiin pelkästään sanomalehtien kulttuurisivuilla ja erikoisjulkaisuissa. Muotoilua ei mielletä enää osaksi korkeakulttuuria, vaan siitä kirjoitetaan vaikkapa taloussivuilla. Muotoilu on osa kulutuskulttuuria ja yhä enemmän mukana kuluttajien arkipäiväisissä kokemuksissa. (Rynänen 2009.)

Vuokko Takala-Schreibin (2000) väitöskirja *Suomi muotoilee -unelmien kuvajaisia diskurssien vallassa* tutkii Design Forum Finlandin Suomi muotoilee -näyttelyissä tuotettuja merkityksiä sekä kartoittaa suunnittelijan toiminnan mahdollisuuksia. Taideteollisessa korkeakoulussa tehdyn tutkimuksen aineisto muodostuu Suomi muotoilee -näyttelyiden piiriin kuuluneista lehtikirjoituksista, juryjen arvioinneista, muotoiluinstituutioiden johtajien puheista ja näyttelyissä myönnettyjen kunniainaintojen lausunnoista. Aineiston painottuu vuosiin 1979–91, jolloin kyseistä näyttelyä järjestettiin yhteensä kahdeksan kertaa. Takala-Schreibin mukaan esineet saavat merkityksensä kirjoitusten ja sanojen yhteydessä. Kirjoitettuun aineistoon kohdistuva huomio lisää esineiden symbolista merkitystä. Väitöskirjassa todetaan, että Design Forum Finland -instituutio on muotoilualan auktoriteetti, joka ohjaa muotoilijaa kansallisen omaleimaisuuden ylläpitäjäksi. Ainoastaan tällä tavalla muotoilijasta voi tulla vakavasti otettava alan ammattilainen Suomessa. (Takala-Schreib 2000.)

Lauri Sihvonen (2004) on tutkinut tekstilajeja pro gradu -tutkielmassaan *Suomen Kuvalehden Hän-henkilöjutut tekstilajina*. Vuodesta 1989 lähtien *Suomen Kuvalehdessä* on ilmestynyt kahden aukeaman henkilöjuttu, jonka tekstin määrä, taitto ja kuvitus ovat pysyneet lähes samana vuosien ajan. Helsingin yliopiston suomen kielen ja kotimaisen kirjallisuuden laitokselle valmistuneen tutkielman tutkimusaineistona on käytetty pääosin vuoden 2003 Hän-juttuja. Sihvosen mukaan jutuissa kertojan ääni on selkeästi havaittavissa ja persoonallista. Kertoja esittää kysymyksiä, käskkee lukijaa, havainnoi kohdehenkilöä, ottaa kantaa ja esittää yhteenve-toja. Mitä tunnetumpi jutun päähenkilö on, sitä enemmän kertoja voi tekstissä näyttäytyä. Sihvonen on tutkinut myös Hän-juttujen aloituksia ja saanut selville, että päätyypit ovat tapahtuma-aloitus,

havaintoaloitus ja referointialoitus. Kuitenkaan tarkkarajaista päätelmää niistä ei voi tehdä. Sihvosen tutkielman tuloksena on, että Hän-henkilöjutuilla ei ole tiettyä toistuvaa kaavaa. (Sihvonen 2004.)

Kuvajournalismia ja kuvakilpailua on tutkittu työssä nimeltä ”Vuoden uutiskuvassa tuho yhdistää ihmiskunnan” -tutkimus *Vuoden lehtikuvat -kilpailusta mediarituaalina*. Maija Tammi (2010) on pyrkinyt pro gradu -tutkielmassaan selvittämään millainen mediarituaali Vuoden lehtikuva –kilpailu on ja mitkä ovat kilpailun toistuvat koodit. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitokselle valmistuneen työn tutkimusaineistona on käytetty Vuoden uutiskuvia vuosilta 2000–2009, tuomariston näistä kuvista antamia lausuntoja sekä Vuoden lehtikuvat 2009 -kilpailun voittajien julkistamistilaisuutta vuodelta 2010. Tammen tutkimuksen loppupäätelmänä on, että kuvien objektiivisuus, aiheen negatiivisuus ja etäisyys kohteesta yhdistävät suurinta osaa voittajakuvista. Voittajien julkistamistilaisuudessa korostettiin kilpailun arvostusta ja kuvajournalismin merkittävyyttä ja häivytetään tietoa siitä, että ainoastaan Suomen lehtikuvaajat ry:n jäsenet voivat osallistua kuvillaan kilpailuun. (Tammi 2010.)

Yksi muotoilun erikoislehteä koskeva työ on Anna-Kaari Hakkaraisen (2008) maisterin tutkinnon opinnäyte. Taideteollisen korkeakoulun Porin taiteen ja median osastolle tehdyssä *Lehti esineenä: erään lehti uudistuksen tarina* -opinnäytteessä lehteä lähestytään esinenäkökulmasta. Tapaustutkimuksen kohteena on ollut *Muoto*-lehti ja sille tehty uudistustyö, jonka tuloksena lehden nimeksi vaihtui *Uusi Muoto*. Hakkarainen toimi lehden päätoimittajana vuosina 2004–2007 ja oli mukana uudistusprosessissa. Hakkaraisen mukaan lehti on esineenä erityislaatuinen ja sitä voi lähestyä esimerkiksi tarinana. Kuitenkin lehden materiaali on haavoittuvainen eikä sen arvo esineenä ole kummoinenkaan. Lehden tutkiminen esineenä tuo lehdentekijöiden ulottuville uutta tietoa, jota voi hyödyntää lehtikonseptin hahmottamisessa ja suunnittelussa. (Hakkarainen 2008.)

3. JOHDATUS MUOTOILUJOURNALISMIIN

3.1 HISTORIAKATSAUS MUOTOILUN ERIKOISAIKAKAUSLEHTIIN

Jotta ymmärtäisimme muotoilujournalismia ja sen tilaa tänä päivänä, on hyvä katsoa myös taaksepäin ja tarkastella millaisia muotoilujulkaisuja on toimitettu Suomessa aikojen saatossa. Tämä on kronologinen yleiskatsaus erikoisaikakauslehtiin, jotka ovat käsitelleet muotoilua ja sen ilmiöitä Suomessa 1800-luvun loppupuolelta tähän päivään. Julkaisut ovat vaikuttaneet muotoilualan kehitykseen ja niiden rooli suomalaisen muotoilun identiteetin vahvistajana on ollut kiistaton. Näiden designlehtien historia on ollut vahvasti sidoksissa ammatti- ja järjestölehtiin.

Viisi vuotta ilmestynyt aikakauslehti *Ateneum* (1898–1903) käsiteli urauurtavasti suomalaista taideteollisuutta. Lehden kohua herättäneet artikkelit käsitelivät muun muassa ”uusien kauneusarvoja” ja ”maun kehittämistä kodin koristeltaessa”. Ruotsinkielinen julkaisu muistutti taideteosta, edustaen ulkoasultaan jugendia ja avantgardea. Lehden artikkeleita, kansia ja vinjettejä (vakiopalstojen koristeena olevia kuvioita) olivat luomassa Akseli Gallen-Kallela, Albert Edelfelt, Väinö Blomstedt ja Louis Sparre. Lehti lähti valloittamaan markkinoita jopa Skandinaviasta, mutta lopulta taloudelliset resurssit eivät enää riittäneet sen julkaisemiseen. (Kruskopf 1989, 174–175.)

Koti- ja taideteollisuus-lehti (1902–1918) oli kansanomaisempi, mutta myös kunnianhimoisesti toimitettu julkaisu. Se käsiteli taideteollisuuden roolia yhteiskunnassa ja julkaisi kilpailutuloksia, näyttelyartikkeleita ja talojen mallipiirustuksia. Ensimmäisessä numerossa esiteltiin muun muassa Suomen Käsityön Ystävien teoksia sekä kaakeliuunien viimeisimpiä malleja. (Kruskopf 1989, 175.)

Käsiteollisuus-aikakauslehden (1907–1931) aiheina olivat suomalainen taidokas käsityö sekä kodin esineet mallipiirustuksineen ja valmistusohjeineen. Suomen Käsityöopettajain Liitto perusti lehden. Huolimatta myöhemmistä nimivaihdoksista ja vaihtuvista julkaisijoista se pysyi sisällöllisesti samana. Vuosina 1932–1935 lehden nimi oli *Lastu ja lanka*. Vuodesta 1936 alkaen se ilmestyi *Kotiteollisuus*-nimisenä vuosikymmenien ajan. Vuonna 1991 aikakauslehti muuttui nykyiseksi *Taito*-lehdeksi, jota julkaisee Käsiti- ja taideteollisuusliitto Taito ry. (Taito-lehti, [www-sivu](http://www.taito.fi) 1.3.2012.)

Vuonna 1922 perustettu *Kotiliesi* merkitsi alkua suomalaisille naistenlehdille. Se tarjoutui oppaaksi ja yhdysiteeksi kodin naisille keskittymällä juuri kotikulttuuriin. Lehden tunnuksiksi vakiintui ”Koti on yhteiskunnan sydän”. *Kotiliesi* käsiteli myös taideteollisuutta omistamalla artikkeleita ja kokonaisia teemanumeroita sille. Nykyisin *Kotiliesi*-lehteä kustantaa Otavamedia. (Kruskopf 1989, 178; Malmberg 1991, 197.)

Omin Käsin (1938–1971) oli aluksi *Kotilieden* käsityöliite. Käytännöllinen naistenlehti antoi neuvoja raaka-ainepulan aikana ja käsiteli määrätietoisesti taideteollisuuden ilmiöitä. Sen avustajina toimivat muotoilun tunnetut nimet kuten Rut Bryk, Kaj Franck, Dora Jung ja Birger Kaipiainen. (Kruskopf 1989, 178; Malmberg 1991, 213–214.)

Teollisuustaitteen Liitto Ornamo perusti *Domus*-aikakauslehden vuonna 1930. Taideteollisuusjulkaisu sisälsi tietoa Ornamon toiminnasta, näyttelyistä, kilpailuista ja muotoilijoista. *Domus* kiinnitti erityisen runsaasti huomiota muotoilijoiden kansainvälisiin näyttelyosallistumisiin. Arttu Brummer toimi päätoimittajana lehden toisesta numerosta alkaen. *Domus* osui juuri taloudellisen lamakauden kohdalle ja sen julkaiseminen lopetettiin kolmen vuoden jälkeen. (Kruskopf 1989, 175.)

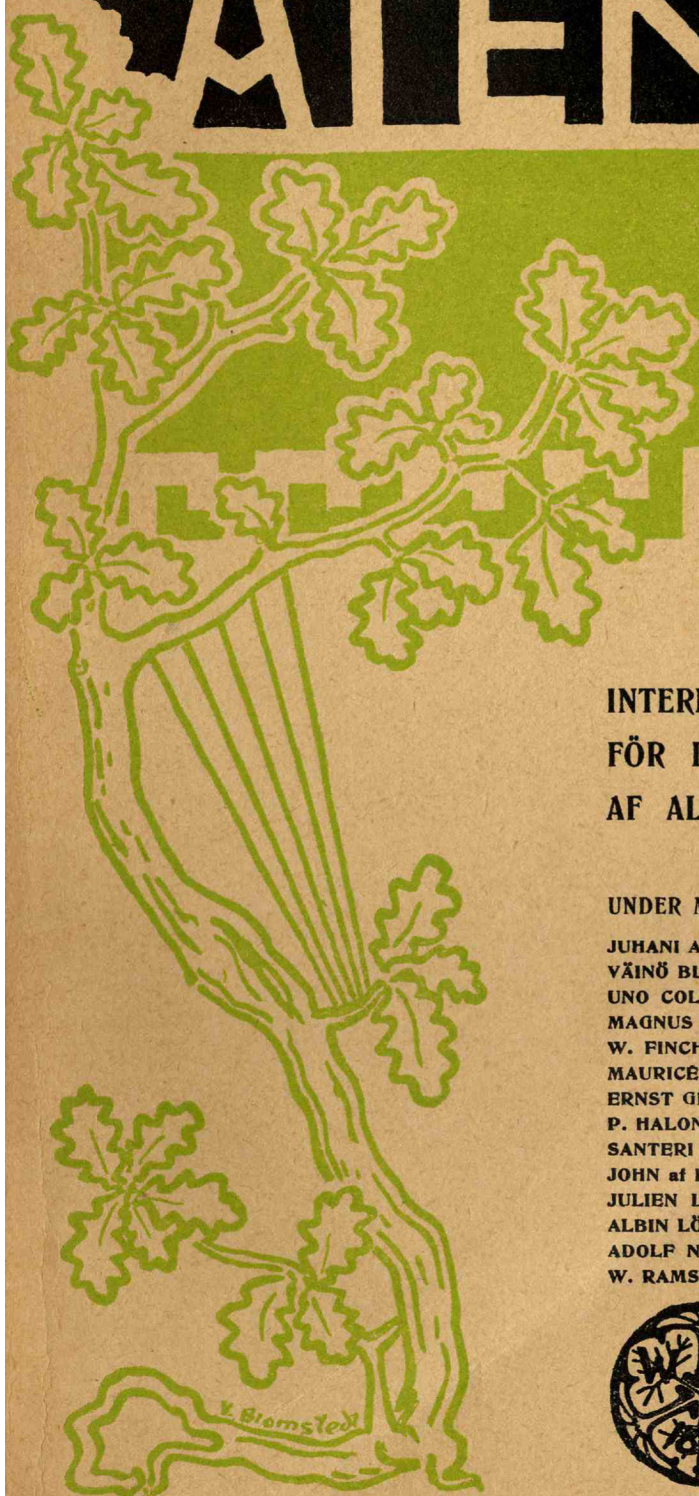
Niukkojen sotavuosien jälkeen *Kaunis Koti* loi muotoiluun keskittyneiden erikoisaikakauslehtien menestystarinan. Sen aloittaessa vuonna 1948 lähestyttiin viisikymmenlukua, jota voidaan kutsua suomalaisen muotoilun kultakaudeksi. Vuosikymmen oli yksi suomalaisen muotoilun hedelmällisimmistä aikakausista, joten juttuaiheita oli loputtomasti. Erityisesti tekstiilitaide ja huonekalumuotoilu nousivat uuteen kukoistukseensa. *Kaunis Koti* suunniteltiin Suomen Taideteollisuusyhdistyksen äänenkannattajaksi. Lehden esikuvana pidettiin ruotsalaista taideteollisuuden erikoisjulkaisua *Formia*. Vakituiseen avustajakuntaan kuului monia tunnettuja muotoilijoita kuten Lisa Johansson-Pape, Maija Isola, Tapio Wirkkala ja Ilmari Tapiovaara. 1950-luvun puolelle siirryttäessä lehdestä tuli päätoimittaja Veikko Karumon toiveiden mukaisesti laajempaa yleisöä tavoitteleva ja sisustamiseen erikoistunut kuluttajalehti. Menestysvuosien jälkeen *Kaunis Koti* yhdistettiin *Avotakkaan* vuonna 1972. (Malmberg 1991, 217, 226.)

Form Function Finland oli Taideteollisuusyhdistyksen englanninkielinen aikakauslehti, joka perustettiin valtion tukemana vuonna 1980. Sen tavoitteena oli kansainvälinen levikki ja suomalaisen muotoilun tunnettuuden edistäminen. Neljästi vuodessa ilmestyvä julkaisu käsiteli laajasti suomalaista visuaalista kulttuuria, teollisesta muotoilusta uniikkeihin käsitöihin ja nykyaiteeseen. Lehteä kustansi Design Forum Finland. Vuonna 2005 kustantajaksi vaihtui Image Kustannus ja se sai nimekseen *FIN*. Pian tämän jälkeen se yhdistettiin *P.A.P.*-lehteen. *Form Function Finland* -lehden julkaiseminen on ollut keskeytettynä vuodesta 2006. (Design Forum Finland, [www-sivu](http://www.sivu) 1.1.2012.)

HÄFT. I.

15 FEBRUARI 1899.

1899 ATENEUM



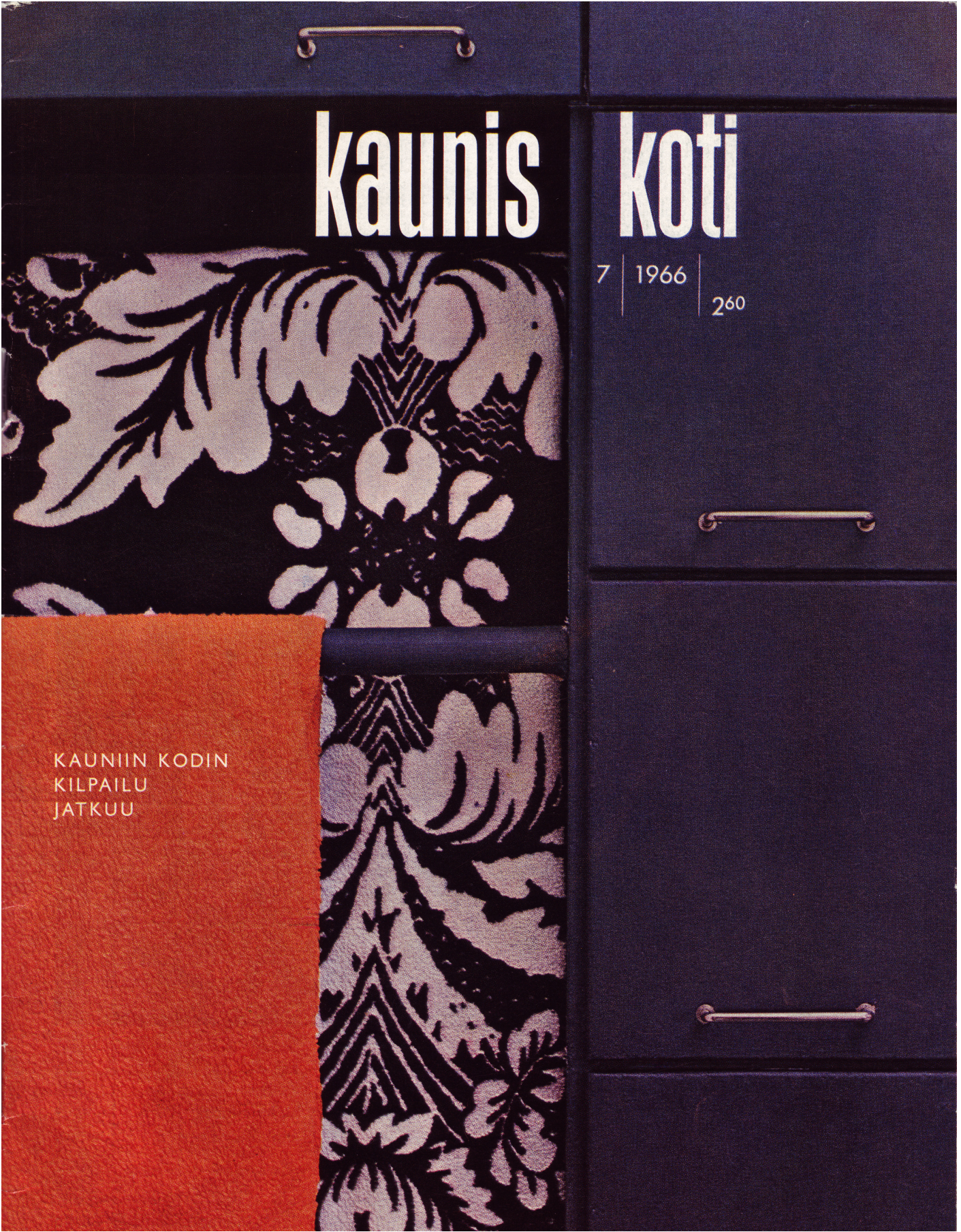
INTERNATIONELL, ILLUSTRERAD TIDSKRIFT
FÖR LITERATUR, KONST OCH SPÖRSMÅL
AF ALLMÄNT INTRESSE UTGIFVEN AF
WENTZEL HAGELSTAM

UNDER MEDVÄRKAN AF

JUHANI AHO, ACKE ANDERSSON, NISBET BAIN, ♡ ♡ ♡ ♡ ♡
VÄINÖ BLOMSTEDT, BOULOT, AXEL CEDERCREUTZ, ♡ ♡ ♡ ♡ ♡
UNO COLLAN, S. P. DIAGHILEW, ALBERT EDELFELT, ♡ ♡ ♡
MAGNUS ENCKELL, ERIK EHRSTRÖM, ALEX. FEDERLEY, ♡ ♡
W. FINCH, K. FLODIN, VICTOR FURUHJELM, AXEL GALLÉN, ♡
MAURICÉ GANDOLPHE, ALB. GEBHARD, GEORGE GRANFELT, ♡
ERNST GRÅSTEN, HJ. GRÖNROOS, JARL HAGELSTAM, ♡ ♡ ♡
P. HALONEN, KNUT HAMSUN, K. J. HARTMAN, YRJÖ HIRN, ♡
SANTERI INGMAN, K. F. JOHANSSON, EERO JÄRNEFELT, ♡ ♡
JOHN af KLERCKER, ALEX. v. KRÆMER, ALI KROGIUS, ♡ ♡ ♡
JULIEN LECLERCQ, OSCAR LEVERTIN, ALEX. LUNDSTRÖM, ♡
ALBIN LÖNNBECK, JOS. MANDELSTAM, BIRGER MÖRNER, ♡ ♡
ADOLF NOREEN, OLOF NYKOPP, ADOLF PAUL, JEAN POIROT,
W. RAMSAY, JONATAN REUTER, O. M. REUTER, J. E. ROSBERG,
J. SATTLER, AUG. af SCHULTÉN, ♡ ♡ ♡
LOUIS SPARRE, WERNER SÖDERHJELM, ♡
ROBERT TIGERSTEDT, ADOLF TÖRNGREN,
A. TÖRNUDD, I. USCHAKOFF, ♡ ♡ ♡ ♡
AXEL WALLENSKÖLD, SAM. WIDE, ♡ ♡ ♡
KONNI ZILLIACUS, EDV. ÖHRNBERG, ♡ ♡
J. ÖHQUIST, m. fl. in- och utländska konst-
närer, skriftställare och vetenskapsmän. ♡



ANDRA ÅRGÅNGEN. HELSINGFORS 1899, WENTZEL HAGELSTAMS OCH AKTIEB. F. TILGMANN'S FÖRLAG.



kaunis

koti

7 | 1966 | 260

KAUNIIN KODIN
KILPAILU
JATKUU

Ornamon julkaisema *Muoto* sai alkunsa kansainvälisen teollisen muotoilun järjestön Icsidin kongressia varten vuonna 1980. Kahtena ensimmäisenä vuotena päätoimittajana toimi Ilmari Tapiovaara. Ensimmäiset kaksikymmentä vuotta se lukeutui vahvasti ammattilehdeksi. Kustannus Oy Muoto aloitti sen julkaisemisen vuonna 1995. Erikoisaikakauslehti etsi ja uudisti linjaansa vuosien aikana. Image Kustannus osti *Muodon* vuonna 2002 ja siitä tuli laajemman yleisön lehti ja näin lukijaprofiili muuttui. *Muoto* käsitteli laajalti muotoilua, sisustusarkkitehtuuria, muotia ja visuaalista viestintää. Sen avustajina toimivat 2000-luvulla muun muassa suunnittelijat Elina Aalto, Klaus Aalto, Maija Louckari ja Linda Bergroth. Muutos lukijaprofilissa ammattilaisista kuluttajiin, kasvatti kustantajan tavoitteiden mukaisesti lehden levikkiä.

Lehti lanseerattiin uudelleen *Uusi Muoto* -nimisenä vuonna 2006. Uudistuksen myötä lifestyle-lehteä muistuttava julkaisu ehti ilmestyä vain kolme numeroa kun se lopetettiin tappiollisena vuonna 2007. (Ornamo, [www-sivu 3.2.2012](http://www.sivu.3.2.2012); *Markkinointi&Mainonta*, [www-sivu 3.2.2012](http://www.sivu.3.2.2012); *Taloussanomat*, [www-sivu 3.2.2012](http://www.sivu.3.2.2012).)

Muotoiluun keskittyvillä erikoisaikakauslehdillä on ollut, ja on edelleen tärkeä asema viestiä muotoilusta, sen ilmiöistä ja tekijöistä alan ammattilaisille sekä suuremmalle yleisölle. Edellä mainituilla julkaisuilla ei ole toimintansa aikana ollut juuri kilpailijoita, mutta siitä huolimatta ne ovat kaatuneet enemmän tai myöhemmin kannattavuusongelmiin. Suurimpana syynä on ollut liian vähäinen tilaajamäärä. Poikkeuksena ovat olleet naistenlehdiksi lukeutuvat ja muotoilua käsittelevät sisustuslehdet, jotka ovat menestyneet hyvin viime vuosina vallinneen sisustusbuumin ansiosta.



3. *Muoto*-lehden kansi vuodelta 2001.

3.2 SUOMALAINEN MUOTOILUJOURNALISMI TÄNÄ PÄIVÄNÄ

Kun muotoilusta on tullut yhä enemmän osa arkipäiväämme ja sen käsite on laajentunut, siitä kirjoittaminenkin on lisääntynyt eri lehtigenreissä. Muotoilu ei kuulu enää pelkästään sanomalehtien kulttuurisivuille tai muotoilualan ammattilehtien palstoille, vaan kaikille lehdille.

Laajaa yleisöä kosiskelevat sanomalehdet ja sisustuslehdet ovat muotoilujournalismin tämän hetken tärkeimpiä kanavia. Muotoilua ruoditaan myös talousalan lehdissä, esimerkkeinä *Talouselämä* ja *Markkinointi&Mainonta*, joissa muotoilua käsitellään esimerkiksi viennin ja markkinoinnin näkökulmasta. Myös yleisaikakauslehdet ja lifestyle-lehdet, esimerkiksi *Image*, käsittelevät muotoilua erityisesti henkilöjuttujen ja tuote-esittelyjen kautta. Lisäksi designista kirjoitetaan lehtien liitteissä ja erikoisnumeroissa sekä asiakas- ja jäsenlehdissä. Esimerkiksi *Helsingin Sanomien HS Teema*-aikakauslehti on omistanut vuoden 2012 ensimmäisen numeron kotimaiselle designille.

Muotoilujournalismia löytyy myös suomalaisten muotoilun promootio-organisaatioiden ja järjestöjen tuottamista julkaisuista ja näyttelyluetteloista, muun muassa Design Forum Finlandin joka toinen vuosi julkaisemasta *Finnish Design Yearbookista*.

Internetissä muotoilujournalismia on esimerkiksi aikakauslehtien verkkoversioissa. *Divaani*-lehden englanninkielinen *Scandinavian Deko* -palvelu sisältää muun muassa toimituksellista sisältöä ja blogeja. Lisäksi verkossa on lukuisia yksityisten henkilöiden sekä alan asiantuntijoiden ylläpitämiä sivustoja, jotka ovat erikoistuneet muotoilusta kirjoittamiseen.

Vaikka tämä opinnäyte keskittyy printtimedian ja aikakauslehtiin, mainitsemisen arvoinen on myös radioon tuotettu muotoilujournalismi. Airikka Nurmela toimittamaa *Arjen designia* -ohjelmasarjaa on lähetetty YLE:n Radio Suomessa joka kesä vuodesta 2009 alkaen. Sarjassa tutustutaan suomalaisten arjen muotoilutuotteiden syntytarinoihin suunnittelijoiden kertomana.

Tällä hetkellä aikakauslehtimarkkinoilta puuttuu helposti lähestyttävä ja kunnianhimoisesti tehty, säännöllisesti ilmestyvä muotoilun erikoisjulkaisu, joka puhuteltisi sekä alan ammattilaisia että tavallisia lukijoita. Ammattilaisyleisölle suunnattua muotoilun erikoislehtä ei ole ollut sitten *Muoto*-lehden.

Vuonna 2009 perustettu *Taide & Design* -lehti käsittelee suomalaista ja kansainvälistä nykytaidetta, muotoilua ja arkkitehtuuria. *Taide & Designin* ote on kansainvälinen ja ulkoasu näyttävä, jopa ylellinen. Lehden Internet-sivujen mukaan julkaisu on suunnattu hyvätuloisille kulttuurin kuluttajille, ja sen kirjoittajat ovat omien alojensa asiantuntijoita. Pronto Median julkaiseman *Taide & Designin* levikki on 5 000 ja se ilmestyy kuusi kertaa vuodessa. (*Taide & Design*, www.sivu 21.3.2012.)

Ruotsalainen *Form*-lehti esittelee laajasti pohjoismaista muotoilua ja arkkitehtuuria. Nykyinen *Form* syntyi vuoden 2010 lopulla, kun *Forum* ja *Svensk Form* yhdistyivät. Vaikka pääfokus on Ruotsi, myös suomalainen muotoilu ja arkkitehtuuri saavat säännöllisesti palstatilaa. Esimerkiksi vuoden 2012 ensimmäinen numero on omistettu Helsingille. Siinä esitellään World Design Capital Helsinki 2012 -vuoden mielenkiintoisimpia tapahtumia ja muotoilijoita niiden takana. *Form* ilmestyy kuusi kertaa vuodessa ruotsin- ja englanninkielisin painoksina. (*Form*, www.sivu, 1.3.2012.)

Meneillään oleva muotoilupääkaupunkivuosi on kiihdyttänyt muotoilun esiintymistä mediassa ja samalla muotoilusta kirjoittamista. World Design Capital Helsinki 2012 -hankkeen kunniaksi Sanoma Yritysjulkaisut tuotti uuden lehlikonseptin, *Design 2012* -lehden. Sen tavoitteena on laajentaa designin käsitettä. Sen mukaan muotoilu on ihmislähtöistä toimintaa, joka tarjoaa ratkaisuja arjen ongelmiin. Ilmainen ja 84-sivuinen kertajulkaisu tavoittelee laajaa lukijaryhmää suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. *Design 2012* ilmestyi helmikuussa 2012. (Sanoma Yritysjulkaisut, www.sivu 10.12.2011.)

Sanoma Magazines julkaisi *Gloria Design* -erikoisnumeron maaliskuussa 2012. Gloria-lehtiperheeseen kuuluvan kertajulkaisun aiheita ovat muun muassa onnellistava arkkitehtuuri Helsingissä ja maahanmuuttajien kodit. Lehti on suunnattu kaikille ympäröivästä maailmasta kiinnostuneille suomalaisille, ei ainoastaan muotoilun ammattilaisille tai harrastajille. Lehtenä se on tavoitellut design-esineen olemusta. Sen ulkoasu ja paperilaatu ovat viimeisinä painotekniikkaa. (Sanoma Magazines, www.sivu 21.3.2012.)

Muita suomalaisia julkaisuja, jotka käsittelevät myös muotoilua ovat viime vuosina hyvin menestyneet sisustuslehdet. Tilattavien sisustuslehtien levikkien suuruus korreloituu niiden ikään. Mitä vanhempi lehti on kyseessä, sitä suurempi on sen levikki. Vuoden 2010 tilastojen mukaan ensimmäisellä sijalla oli A-lehtien kustantama ja vuodesta 1967 ilmestynyt *Avotakka*, jonka levikki oli yli 85 000. Toisena tuli Aller Median 1996 perustettu *Koti ja keittiö* (yli 64 000). Näiden jälkeen tulivat Sanoma Magazinesin vuodesta 1995 ilmestynyt *Glorian Koti* (46 700) ja Otavamedian vuonna 2004 lanseerattu *Deko* (41 000). Vuodesta 2008 ilmestyneen ja Bonnier Publicationsin kustantaman *Divaanin* levikki oli noin 29 500. (Levikiintarkastus, www.sivu 21.3.2012.)

Sisustuslehdessä muotoilujournalismia esiintyy, mutta onko se enimmäkseen lukijoita palvelevaa tuotekatalogimaista journalismia, joka jää usein pintapuoliseksi. Tuotejournalismin käsite liitetään usein sisustuslehtiin. Kyseiset julkaisut lähestyvät muotoilua tuotteiden esiteltävyyden kannalta ja niiden päällimmäisenä tehtävänä on visuaalisten virikkeiden tarjoaminen lukijalle. Jutuissa ei välttämättä syvennytä esimerkiksi tuotteen lähtökohtiin, funktion tai suunnittelijan näkemyksiin vaan ne saattavat muistuttaa enemmän tuotemainoksia. Tällaista kutsutaan puffijournalismiksi, jolloin juttu on verhoiltu journalistiseen muotoon jollakin mainoskytännällä. Jutun tarkoituksena on edistää yrityksen tai sen tuotteen myyntiä tai henkilön tai yhteisön etua.

Suomalaisessa muotoilujournalismissa yksi käytetyin juttutyyppejä on henkilöhaastattelu, jossa esiintyy usein suunnittelija ja hänen tuotteensa. Myös historiakatsaukset aikamme suunnittelijoista ja ilmiöistä, esimerkiksi tyyliuunnista, ovat yleisiä. Kun muotoilun käsite on laajentunut, myös juttujen aiheet ovat monipuolisempia. Muotoilujuttujen teemat eivät tarkastele pelkästään esimerkiksi tuolin tai kahvikupin ulkoisia ominaisuuksia. Henkilö- ja esinekeskeisestä designkulttuurista on siirrytty yhteiskunnalliseen ja hyvinvointia edistävään immateriaaliseen lähestymistapaan.

Muotoiluartikkeleiden aiheet käsittelevät designin yhteiskunnallista roolia ja sen merkitystä laajemmassa skaalassa. Edellä mainittujen World Design Capital Helsinki 2012 -vuoden kunniaksi julkaistuissa lehdissä muotoilua tarkastellaan vastuun, hyvinvoinnin ja ympäristön kulmasta. Talouslehdissä tai -sivuilla muotoilusta kirjoitetaan esimerkiksi kansainvälistymisen ja liiketoiminnan perspektiivistä. Sisustuslehdissä muotoilua käsitellään usein trendikatsauksien ja teemallisten tavarapalstojen eli esinekokonaisuuksien kautta.

FORM

NORDIC ARCHITECTURE AND DESIGN SINCE 1905 | 1 | 2012



THE HELSINKI ISSUE

INTRODUCING THE WORLD
DESIGN CAPITAL OF 2012

TEN WINNING YEARS
FORM'S FURNITURE
AWARD TURNS TEN

AGE OF ACCESSORIES
SMALL ITEMS, BIG IMPACT

CERAMIC HOUSE
NEW ART NOUVEAU IN HELSINKI

STOCKHOLM
DESIGN
WEEK

THE OPENINGS, PARTIES,
DESIGNERS AND NEWS
YOU SHOULDN'T MISS!

KLAUS AND MIA

MEET THE DESIGN DUO BEHIND FINNISH
POP-UP PHENOMENON HEL YES!

THE GUEST TYPEFACE GRUMPY

SEK 98 | NOK 100 | DKK 100 | EUR 12 | GBP 12 | USD 20



Useimmissa tapauksissa muotoilusta kirjoittavat lehtien yleistoimittajat ja kulttuuritoimittajat. Muotoiluun erikoistuneita toimittajia ei ole montaa Suomessa. Asiaan saattaa vaikuttaa se, että lehtikentässä ei ole riittävästi säännöllisesti ilmestyviä alan erikoislehtiä, joihin muotoiluun perehtyneet toimittajat tai muotoilijat voisivat kirjoittaa.

Muotoilu on julkisen arvioinnin kohteena, joten siihen liittyy myös kritiikki. Suomalaisesta journalismista puuttuu muotoilun kritiikkikulttuuri. Muotoilun ja erityisesti suomalaisen muotoilun kyseenalaistaminen ei ole kovinkaan vakiintunutta. Kriittisen keskustelun perinteet ovat pidemmät esimerkiksi taiteessa ja musiikissa. Toimittajalta arvosteluiden kirjoittaminen edellyttää laaja-alaista tietoa ja kokemusta sekä nykyhetken ja lähihistorian tuntemista.

Yksi tämän päivän tunnetuimmista muotoilukritikoista on Kaj Kalin, joka kirjoittaa muun muassa *Glorian Kotiin ja Helsingin Sanomien*. Vuoden 2011 aikana oli mielenkiintoista seurata myös *Helsingin Sanomien* kulttuuritoimittaja Hannu Pöppösen kriittistä kirjoittamista, joka kohdistui tulevan World Design Capital Helsinki 2012 -hankkeen järjestelyihin ja sisältöön.

Menneiden vuosien nimekkäitä kritikoita ovat olleet *Helsingin Sanomien* arkkitehtuuriin ja muotoiluun keskittynyt toimittaja Leena Maunula sekä muotoilukritikko Iris Helkama. *Hufvudstadsbladet*-sanomalehden toimittaja Carla Enbomille myönnettiin Suomen Taideteollisuusyhdistyksen toimesta Estlander-palkinto vuonna 2000. Enbom sai tunnustusta laajasta taideteollisuuden ja muotoilun tuntemuksesta, jolla hän vaikutti uransa aikana muotoilukritiikin olemassaoloon ja merkittävyyteen.

Viime vuosina mediatalojen ja lehtien linjana on ollut toimittajien määrien vähentäminen kustannus- ja säästösyihin vedoten. Tämä on vaikuttanut siihen että, toimittajien on kirjoitettava laaja-alaisesti muustakin kuin muotoilusta. Työtilanne ei välttämättä houkuttele tai kannusta erikoistumaan muotoiluun. On eduksi, jos toimittajalla on muotoilualan koulutus tai syvempi perehtyneisyys eri muotoiluprosesseihin. Kun katsotaan taaksepäin esimerkiksi 1940–50-luvuille, silloiset muotoilijat olivat aktiivisesti mukana muotoilun ammattilehtien suunnittelussa ja tuottamisessa.

3.3 MASSASTA EROTTUVAT JULKAISUT

Seuraavat valtavirrasta erottuvat aikakauslehdet ovat mielenkiintoisia lehtikonsepteja, jotka kertovat tästä ajasta ja muotoilusta hieman vaihtoehtoisemmin. Kyseiset julkaisut kuvaavat mahdollisesti sisustus- ja lifestyle-lehtien tulevaa kehityssuuntaa. Siihen vaikuttavat median trendit sekä lukijoiden arvojen ja elämäntapojen muutokset. Julkaisut edustavat huolitellun ulkoasun lisäksi eräänlaista rehellysyyttä, erottuvuutta ja syvällisempää lähestymistapaa aiheeseen.

Englanninkielinen indie-sisustuslehti *Apartamento* on tämän hetken kiinnostavin lifestyle-lehti. Siinä on kiehtovaa sen ajatus antisisustamisesta ja siitä, että täydellisyys ei ole tavoiteltavaa. Barcelonasta lähtöisin oleva julkaisu on vastaisku äärimmilleen silotelluille sisustuslehdille, joita myymälöiden hyllyt ovat pullollaan. ”Jälkimalierialistiseksi” määritetty lehti esittelee oikeaa arkista elämää. Vuonna 2008 perustetussa julkaisussa paljastetaan sotkuiset nurkat ja sekaiset vaatekaapit. Lehti esittelee eri luovien alojen ihmisten koteja ja heidän arkeaan. Lehden tekijät kertovat

verkkosivuillaan ihmisten haluavan lukea identiteetistä, kaikesta aidosta ja luonnollisesta tänä päivänä. Onko tämä osa sisustuslehtien tai koko median murrosta? Päätoimittaja Marco Velardi uskoo *Apartamenton* edustavan sitä. Julkaisu ilmestyy harvakseltaan, noin kaksi kertaa vuodessa. (Kippo 2011, 29; *Apartamento*, www-sivu 9.11.2011.)

Huili on Suomen ensimmäinen ja ainoa ekologinen aikakauslehti, jossa käsitellään muun muassa kulttuuria, ajankäyttöä ja muotoilua kestäväen kehityksen näkökulmasta. Sen palkittu ulkoasu ja ajankohtaiset aiheet haastavat perinteiset lifestyle-lehdet. Lehti ravistelee eikä kehota ostamaan uusia koristetutynyjä kotiin piristystä luomaan. Sähköyhtiö Kraft & Kultur aloitti *Huilin* julkaisemisen syksyllä 2010. Kevästä 2012 alkaen lehteä julkaisee sen tekijöiden perustama Kustannusosakeyhtiö Huili. Aikakauslehden viimeistelee se, että se painetaan ympäristöystävälliselle Cocoon Offset -paperille. *Huili* valittiin vuoden asiakaslehdeksi helmikuussa 2012. Se on ehdokkaana myös Vuoden Huiput -kilpailussa keväällä 2012. Lehti ilmestyy viisi kertaa vuodessa. (*Huili*, www-sivu 9.11.2011.)

Trash Magazine on romumuotoilun kautta muun muassa cettistä kuluttamista ja kierrätystä käsittelevä julkaisu, joka ilmestyi ensimmäisen kerran syyskuussa 2011. Kestävään muotoiluun syventyvä julkaisu ei ole varsinaisesti aikakauslehti, koska se ilmestyy vain kerran vuodessa Habitare-messujen yhteydessä. Suomen- ja englanninkielellä toimitettu *Trash Magazine* tavoittelee myös ulkomalaisia lukijoita. Ympäristöjärjestö Dodon julkaiseman lehtikonseptin viimeistelee se, että se on painettu kierrätyspaperille. (*Trash Magazine*, www-sivu 3.2.2012.)

Ruotsinkielinen *Volt* (2006–2010) oli esimerkki kunnianhimoisesti tehdystä aikakauslehdessä, jossa korostui harkittu ulkoasu ja viimeistelty sisältö. *Hufvudstadsbladetin* viikkoliitteestä kuukausiliitteeksi vuonna 2009 muuttunut lehti voitti monia palkintoja muun muassa Grafian kultahuipun vuonna 2007 ja kansainvälisen European Newspaper Design -palkinnon useampana peräkkäisenä vuotena. Myös Bonnier palkitsi sen Vuoden journalistinen uudistus -palkinnolla. *Volt* lopetettiin säästösyihin vedoten ja sen viimeinen numero ilmestyi vuoden 2010 toukokuussa. (Vierros 2010, 98.)

Unohtamatta kotimaisia sisustuslehtiä, marraskuun 2011 *Journalisti*-lehdessä oli mielenkiintoinen juttu ”Taviksen kotona”. Siinä mediakritiikki-palstalla toimittaja Sirkku Saariaho kuvasi *Koti ja keittiö* -lehteä vaihtoehtoiseksi sisustuslehdiksi, joka ei lataa paineita asumisesta ja on näin ollen helpotus lukijoille. Viimeisen päälle stailattuja designasuntoja pursuvien sisustuslehtien sijaan se esittelee tavallisia koteja tavallisille lukijoille. Ei ole noloa, jos kalusteet ovat Ikeasta tai keittiö hankittu rautakaupan valikoimista. Saariahon mukaan positiivista Aller Median julkaisemassa lehdesä on siitä puuttuva trendituoteluettelomaisuus, jonka tarkoituksena on edistää tavaroiden myyntiä ja kuluttamista. Tämän sijaan vuonna 1996 perustetussa *Koti ja keittiö* -lehdessä on runsaasti luettavaa. Lisäksi kiitosta saa lehden kotijutut, jotka on tuotettu täysin Suomessa kuvia myöten. Se ei ole enää itsestäänselvyys nykypäivänä. Suomalaisissa sisustuslehdissä näkee turhan paljon esimerkiksi tanskalaisia koteja esitteleviä käännösartikkeleita. *Koti ja keittiö* ilmestyy 10 kertaa vuodessa. (Saariaho 2011, 3; *Koti ja Keittiö*, www-sivu 9.12.2011.)

an everyday life interiors magazine – issue #07

apartamento

Featuring: Bruce Benderson, Masha Orlov, Zoe Bedeaux, Kenny Scharf, Juana Molina, Ola Rindal, Juergen Teller, Nick Currie, Thomas Dozol, Adan Jodorowsky, Vuokko Eskolin-Nurmesniemi, Gemma Holt, Jordi Labanda, Aldo & Marirosa Ballo, Mariuccia Casadio, Nicolas Trembley, Crisis vs. Creativity, Liselotte Watkins
Plus: **everyday life food supplement** with essays by Chiara Merino and Claire Frisbie, Red, green & yellow peppers, Alice Waters, Jim Haynes and Gloria & Anaïs



SPAIN €10.00
EUROPE €12.00



9 772013 019003

0 7

SYNTINEN LEHTI KESTÄVÄÄN ELÄMÄÄN

3 / 2011



20 VÄHÄHIILISESTI HUMALAA 52 TOM OF FINLAND
PALAA JUURILLEEN 15 JANI TOIVOLAN AJANHALLINTA-
ONGELMA 8 MITÄ AL GORE TEKEE JYVÄSKYLÄSSÄ?
62 LAADUKAS HAMPPU 26 VAUVAT VS. VÄESTÖNKASVU

3.4 PRINTTIJOURNALISMIN TULEVAISUUS

Median pirstaloituminen yhä pienempiin osiin ja sen siirtyminen osaksi verkkoon on ollut viime vuosien ilmiö, joka on vaikuttanut myös muotoilujournalismiin. Aikakauslehtien levikit ovat laskeneet tasaisesti ja aikakauslehtimedia elää nyt eräänlaista murrosaikaa.

Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun Mediakonseptilaboratorion tutkimuspäällikkö Merja Helle käsittelee median murrosta artikkelissaan *Journalistisen työn muutos*. Nousevat tuottovaatimukset, kilpailu lukijoista sekä uudet digitaaliset julkaisukanavat ovat horjuttaneet perinteisen printtijournalismin kannattavuutta. Helteen mukaan muutos koskee sanomalehtien levikkiä, lukijoiden mediakäyttöä ja uutistarjontaa, joka on siirtymässä yhä enemmän verkkoon. Helteen mielestä teknologia ei ole ainoa journalismia ja sen sisältöä muuttava asia. Siihen vaikuttavat myös kulttuurin ja talouden globalisoituminen, kulutustottumusten ja mediakäytön muutokset, median omistussuhteet sekä journalistinen kulttuuri. (Helle 2009, 91, 92, 99.)

Myös toimittaja Johanna Vehkoo pohtii kirjassaan *Painokoneet seis!* journalismin tilaa ja sanomalehtien kehitystä printistä verkkoon. Miten lehtien levikki saadaan nousemaan, kun sanomalehtien levikki on nyt pysäyttämättömässä ja tasaisessa laskussa. Uskollinen paperilehden tilaajakanta vanhenee. Samalla nuoret lukijat ovat tottuneet löytämään uutiset Internetistä. Suomen lehdistön on tartuttava digitaalisen ajan mahdollisuuksiin ja otettava oppia muun maailman virheistä ja voitoista. (Vehkoo 2011, 9.)

Vehkoon mukaan painetun lehden kuluista kaksi kolmasosaa menee painamiseen, jakeluun ja sen aiheuttamiin sivukuluihin. Verko tarjoaa minimaaliset kulut esimerkiksi edullisemmalla mainostilalla. Tämä on mahdollistanut sen, että on syntynyt kirjjava joukko Internet-julkaisijoita, jotka tuottavat sisältöä nopeasti ja rajattomasti. (Vehkoo 2011, 213, 216.)

Vehkoo tarkastelee kirjassaan myös journalismin laatua. Hän käyttää käsitettä pikajournalismi, jolla tarkoittaa mediassa yleistyntä lehdistötiedotteiden, uutistoimistojuttujen ja ulkomaisten julkaisujen kopiointia ja stilisointia. Kehnoa journalismia osaa tehdä kuka tahansa ja netti on pullollaan sitä. Kyse on siitä, mitä laadulla lehtien toimituksissa käsitetään. Vehkoo määrittelee laaduksi asiat, jotka eivät ole helposti korvattavissa. Niihin kuuluvat oma uutishankinta, omaperäiset aiheet, parhaat kirjoittajat sekä syvä asiantuntemus. (Vehkoo 2011, 195, 212–213.)

Lehtien toimitusten ongelma ei olekaan resurssien vähäisyys, vaan miten niitä käytetään. Toimituksissa ei mietitä tarpeeksi miksi journalismia tehdään ja mikä tekee siitä erityistä 2010-luvulla. Vehkoon mielestä ratkaisu ongelmaan on erikoistuminen, koskien sekä toimittajia että lehtiä. Kun on paras omalla erikoisalalla, onnistuu varmasti, on kyse sitten laajoista kulttuurisivuista tai juorupalstoista. Vain erikoistumalla laatumedia saa lisäarvoa. Näin siirrytään aikaan, jossa sanomalehdet lähestyvät aikakauslehtien kenttää ja aikakauslehdet alkavat muistuttaa kirjallisuutta. (Vehkoo 2011, 219, 220.)

Kirstyvä kilpailu lukijoista ja Internetin käyttäjien tuottama runsas sisältö hälventävät rajaa siitä, kuka on toimittaja ja mikä on journalismia. Tätä ilmiötä hyvin kuvaava esimerkki on *Olivia*-lehden *Oma Olivia* -hanke, jossa lukijat osallistuvat lehden sisällön kommentointiin ja tuottamiseen. *Olivia* on kolmekymppisille naisille suunnattu lehti, jonka Bonnier Publications lanseerasi vuonna

2007. *Oma Olivia*n idea on, että lukijat voivat osallistua joka tasolla toimituksen työhön, antaa palautetta ja päättää sekä lehden sisällöstä että ulkoasusta. Kyseinen numero ilmestyi helmikuussa 2012. Bonnierin Publicationsin kehittämä, joukkoistamiseen (crowdsourcing) perustuva lehdentekotyökalu on ensimmäinen laatuaan. Päätoimittaja Niina Leinon mukaan lukijoiden osallistuminen ei tarkoita, että toimittajilta loppuisivat työt. Päinvastoin, jutun rakentaminen yhdessä lukijoiden kanssa on haastavampaa kuin jos jutun kirjoittaisi yksin. *Oma Olivia*n seuraavaa numeroa tehdään syksyllä 2012. (Aro 2011, 16.)

Aikakaus- ja sanomalehtien haasteena sekä mahdollisuutena ovat digitaalinen siirtymä ja koveneva kilpailu. Aikakauslehtijournalismin professori Maija Töyryn mukaan kaiken kaikkiaan suomenkielinen aikakauslehdistö on voinut hyvin koko 1900-luvun. Kuitenkin lehtiä lopetetaan taloudellisista syistä, vaikka niiden julkaisemista pidettäisiinkin tärkeänä ja vaikka mediaan kohdistuu monenlaisia kulttuurisia ja sosiaalisia odotuksia. (Töyry 2009, 136.)

Viime aikoina mediatilat ovat vähentäneet työntekijöitä ja lopettaneet julkaisemiaan lehtiä. Myös vuoden 2012 alussa voimaan tullut yhdeksän prosentin arvonlisävero vaikuttaa todennäköisesti lehtien levikkiin ja niiden tulevaisuuteen.

4. MUOTOILUJOURNALISMIN VAASA-PALKINTO

4.1 KILPAILUN TAUSTA

Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto on Suomen ensimmäinen ja ainoa muotoilujournalismin kirjoituskilpailu. Kilpailun järjestää Vaasan kaupunki yhdessä Design Forum Finlandin, Aalto-yliopiston ja Länsi-Suomen muotoilukeskus Muovan kanssa. Valtion muotoilutoimikunta tukee kilpailua. Palkinto myönnettiin ensimmäisen kerran vuonna 2006. Joka toinen vuosi jaettavan palkinnon tarkoituksena on nostaa muotoilusta kirjoittamisen tasoa ja arvostusta sekä edistää alan laaja-alaista ja taitavaa kirjoittamista. (Vaasan kaupunki, [www-sivu 12.9.2011.](#))

Kilpailu syntyi vuorineuvos Krister Ahlströmin aloitteesta. Yli 15 vuotta sitten Ahlström päätti silloisen Taideteollisen korkeakoulun rehtorin Yrjö Sotamaan kanssa tehdä jotain Suomen designstrategian kirkastamiseksi. Vuonna 2005, Suomen muotoilun tapahtumavuotena, Ahlström sai idean perustaa kilpailun, joka kohottaisi suomalaista muotoilujournalismin tasoa. Pää tavoitteina oli lisätä muotoilujournalismin asianmukaisuutta, informatiivisuutta ja iskevyyttä. Kilpailu liittyi myös Vaasan 400-vuotisjuhlallisuuksiin, joten kaupunki lähti tukemaan journalismikilpailua sekä taloudellisesti että tarjoamalla ideointiapua. Kilpailun malli otettiin suoraan yhdysvaltalaisen Pulitzer Prize -journalismpalkinnon säännöistä. Ahlströmin mukaan kilpailu on muodostumassa jo perinteeksi. Oli tärkeää, että kilpailu sai alusta alkaen arvovaltaisen ja osaavan juryn, jonka tukena on asiantuntijaryhmä. (Ahlström, sähköposti 3.5.2011; Ornamo-tiedote, [www-sivu 18.10.2011.](#))

4.2 OSALLISTUMINEN JA ARVOSTELUKRITEERIT

Palkinto myönnetään ammattitaitoisesta lehtijutusta tai artikkelisarjasta, joka on julkaistu missä tahansa Suomessa ilmestyvässä sanoma- tai aikakauslehdessä (myös verkkolehdet) ilmoitettuna ajankohtana. Kyseistä palkintoa ei myönnetä kirjoittajan elämäntyöstä. Jutun on käsiteltävä muotoilua, mutta muuten aihe on vapaa. Kilpailuun voi osallistua sekä suomeksi että ruotsiksi, mutta käännösartikkeleita ei hyväksytä. Kilpailuun voi ilmoittautua tai siihen voidaan ilmoittaa henkilö ja/ tai työryhmä yhdellä tai useammalla lehtijutulla.

Kilpailun voittajasta päättää jury, jonka kokoonpanon Vaasan kaupunginhallitus hyväksyy kuultuaan kilpailun järjestäjätahoja. Jury nimeää asiantuntijatyöryhmän, jonka tehtävänä on valmistella arvio kilpailujutuista ja ehdottaa palkinnon saajaa (LIITE 1). Juryn jäsenillä ei ole mahdollisuutta ehdottaa kilpailuun lehtijuttuja. Vuosina 2006–2010 juryssa on ollut mukana jäseniä eri tahoilta muun muassa Berndt Arell Svenska Kulturfondenista, Marjaana Toiminen Bonnier Publicationsista, Antti Blåfield *Helsingin Sanomista* ja Yrjö Sotamaa Taideteollisesta korkeakoulusta. Kilpailun voittaja on saanut palkinnoksi 5 000 euroa sekä Risto Granlundin suunnitteleman Vaasa-maljakon ja *Taide & Design* -lehden vuosikerran.

Seuraava eli neljäs Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto jaetaan syksyllä 2012. Tällä kertaa kilpailu on osa Vaasan Now, Citizen meets Sustainable Design -hankekokonaisuutta. Vaasan kaupunki toimii World Design Capital Helsinki 2012 -vuoden yhteistyötahona. (Vaasan kaupunki, [www-sivu 19.1.2012.](#))

Juryn ja asiantuntijaryhmän kilpailutöiden arvostelukriteerit koostuvat yhteensä viidestä eri ulottuvuudesta. Niihin kuuluvat teksti-, kohderyhmä- ja sisältönäkökulma. Lisäksi juttuja tarkastellaan kriittisestä sekä visuaalisesta perspektiivistä.

Arvostelun **tekstinäkökulmassa** painotetaan jutun kokonaisuutta, tekstin punaista lankaa, oikeakielisyyttä, kielen sujuvuutta sekä tyyliä. **Kohderyhmänäkökulmassa** keskitytään siihen, miten suuren yleisön sekä lehden oman kohderyhmän huomioiminen näkyy tekstissä, esimerkiksi personoinnin ja uusien asioiden taustoittamisen kautta. **Sisältönäkökulmassa** pohditaan tekstin kuvastamaa maailmaa, millainen sen pitäisi olla sekä esiin nostettuja toimijoita ja heidän suhteita. Näiden lisäksi paneudutaan jutun kiinnostavuutta muodostaviin sisältöihin.

Kriittisessä näkökulmassa punnitaan jutun eettisyyttä, kansalaisnäkökulmaa (otetaanko huomioon tavallisia ihmisiä ja millä tavoin), kaupallisuutta (mainostetaanko esim. tuotetta liikaa) sekä kriittisyyttä (kriittisyys esim. suomalaisuutta kohtaan). **Visuaalisessa näkökulmassa** tutkitaan jutun kuvitusta, otsikointia, välitsikointia sekä kuvien ja tekstin taittoa. (Vaasan kaupunki, [www-sivu 19.1.2012.](#))

4.3 MUOTOILUJOURNALISMIN VAASA-PALKINNON VOITTAJAT 2006–2010 JA TUOMARISTON PERUSTELUT

Vuoden 2006 kilpailuun osallistui 41 kilpailutyötä sisältäen 57 juttua. Ensimmäisen kilpailun voitti Anna-Kaari Hakkarainen ja Tuomas Laitinen jutullaan *Vuokon aika*, joka on julkaistu *Muoto*-lehdessä (LIITE 2). Voittaessaan palkinnon Hakkarainen toimi *Muoto*-lehden päätoimittajana ja Laitinen muotoitoimittajana. (Vaasan kaupunki, [www-sivu 19.1.2012.](#))

Asiantuntijaraati perusteli voittajatöitä seuraavanlaisesti: *Anna-Kaari Hakkaraisen ja Tuomas Laitisen Vuokon aika on henkilojournalismia hienoimmillaan. Artikkelin pääosassa on vahva kertoja, jossa toimittajan kuvaus muodostaa kehyskertomuksen Vuokko Nurmesniemen monologille. Mukaansatempaavassa tekstissä tutustutaan Vuokko Nurmesniemeen ja hänen ajatuksiinsa, jolloin Nurmesniemestä piirtyy esiin henkilö, jolla on paljon sanottavaa, joka uskaltaa olla eri mieltä ja laukoa kiinnostavia ”totuuksia”. Juttu kiinnostaa lukijakuntaansa eli Muoto-lehden lukijoita, mutta se on ymmärrettävä myös maallikolle. Myös artikkelin kieli on sujuvaa ja luontevaa.* (Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon asiantuntijaraadin perustelut.)

Voittajajutun lisäksi kilpailun jury myönsi kunniamaininnat maakuntalehti Lallin toimittajalle Sanna Jääskeläiselle ja *Muoto-*lehden toimituspäällikölle Heidi Kalmarille. Jääskeläisen juttukokonaisuus *Suomalaisessa muotoilussa uusia tuulia*, *Muotoilu on kaiken perusta* ja *Satakuntalaisuus on yksi arvoista* on julkaistu Lallissa vuonna 2006. (Vaasan kaupunki, www-sivu 19.1.2012.) Kalmarin *Jörö-Jurgen* on julkaistu *Muoto*-lehdessä samana vuonna (Pärnänen, sähköposti 23.11.2011).

Vuoden 2008 kilpailuun osallistui 42 kilpailutyötä, joihin sisältyi yhteensä 72 juttua. Kilpailun voitti Susanna Ilmoni henkilökuvia esittelevällä juttusarjallaan, joka on julkaistu *Hufvudstadsbladetin* viikkoliite *Voltissa*. Juttusarja sisältää kolme artikkelia: *Personporträtt på formgivare Aamu Song*, *Personporträtt på skodesigner Minna Parikka* ja *Personporträtt på design manager Laura Sarvilinna*. (Vaasan kaupunki, www-sivu 19.1.2012.)

Asiantuntijaraadin perustelut Ilmonin juttusarjalle:
Ilmonin jutut ovat viimeistellyjä sekä kiinnostavia ja ne kertovat muotoilun olosuhteista ja ehdoista. Jutuilla on hyvä rakenne, jota myös kuvitus tukee. Teksti on hyvää, napakkaa, kaunista ja seljuvaa. Tekstien taustalla on lahjakas kirjoittaja. Teksteissä on kunnianhimoinen ote. Aamu Songia koskevassa jutussa on kansainvälistä otetta ja raikas aloitus. Jutut ovat loppuun asti vietyjä, eikä kirjoittaja aliarvioi lukijaa. Kuvat ovat pysäytettäviä ja jutut visuaalisesti taitavia. Ilmonin juttusarja on kansainvälisen tason muotoilujournalismia. (Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon asiantuntijaraadin perustelut.)

Toukokuussa 2011 julkistettiin Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto 2010 -kilpailun voittaja. Tällä kertaa kilpailu keräsi 19 osallistujaa 49 artikkelilla. Palkinnon sai pitkän uran kulttuuritoimittajana tehnyt Hannu Pöppönen *Helsingin Sanomissa* julkaisulla artikkelisarjallaan: *Huonekaluvalmistajat yrittävät pienin askelin ulkomaille, Seurasaari elää hiljaiseloa, Seurasaareen nousi muna, vene ja Sampo, Designvuosi vaatii muutосkykyä ja Japani napsi parhaita paloja Suomi-designista*. (Vaasan kaupunki, www-sivu 19.1.2012.)

Asiantuntijaraadin perustelut Pöppösen artikkelisarjalle:
Hannu Pöppösen uutisartikkeleista muodostuu kokonaisvaltainen kuva toimittajan osaamisesta, samoin kuin siitä, että työtä tehdään kunnianhimoisesti. Aiheet ja lähestymistavat on suunniteltu, työstetty ja toteutettu hyvin.

Teksteinä artikkelit ovat hyvin kiteytettyjä, tasalaatuisia, monitasoisia ja hyvin taustoitettuja. Artikkelit sisältävät erilaisia teemoja, mutta niitä yhdistää muotoiluvienti ja muotoilu arkipäivässä. Kirjoittaja avaa vaikeita käsitteitä tutuilla ilmiöillä ja kohdistaa näin artikkelit suurelle yleisölle. Vaikka artikkelit toimivat itsenäisinä teksteinä, ne myös jatkavat aiemmin aloitettuja aiheita. Tekstien tuottamisessa ja teksteissä on käytetty erilaisia tapoja ja monimediallisuutta. Näin artikkeleissa peilataan asioita monella tasolla: aiheet avataan keskustelulle, lukijoille kohdistetaan kysymyksiä ja kirjoittajan oman äänen lisäksi myös yleisön ääni näkyy artikkeleissa. Kuvitus täydentää tekstejä. Asiantuntijaraati piti hyvänä myös sitä, että artikkeleissa liitettiin muotoilunäkökulma myös talousnäkökulmaan, sillä muotoilusta voi kirjoittaa useista erilaisista näkökulmista. (Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon asiantuntijaraadin perustelut.)

4.4 ANALYYSI PALKINNON VOITTANEISTA JUTUISTA

Olen analysoinut yhdeksää Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon voittanutta lehtijuttua vuosilta 2006–2010. Olen tarkastellut juttujen muotoseikkoja (mm. pituus, juttutyyppi, sijainti lehdessä, aloitus- ja lopetustyyli), aiheita sekä kuvitusta. Analyysi auttaa havainnoimaan mitkä piirteet ovat ominaisia kyseisille jutuille. Olen rajannut pois tekstianalyysin, jossa keskityttäisiin erityisesti kieleen ja rakenteeseen. Olen valinnut tämän luvun kuvitukseksi yhden palkinnon voittaneen jutun aukeaman, koska sen taitto on mielestäni hyvä esimerkki visuaalisesti viimeistellystä ja näyttävästä artikkelista.

Anna-Kaari Hakkaraisen ja Tuomas Laitisen kirjoittama ja vuoden 2006 palkinnon voittanut artikkeli kertoo suomalaisen muodin ”grand old lady” Vuokko Nurmesniemestä. Henkilöjuttu sisältää Nurmesniemen rohkeita mietteitä suomalaisesta muotoilusta, suunnittelijan roolista sekä omista arvoista.

Susanna Ilmonin kirjoittama juttusarja koostuu kolmen eri muotoilualan ammattilaisen henkilöjutusta. Vuoden 2008 palkinnon voittaneet artikkelit käsittelevät kahden suunnittelijan Aamu Songin ja Minna Parikan sekä designmanageri Laura Sarvilinnan henkilökohtaista elämää ja työskentelyä myös kansainvälisestä näkökulmasta. Ne ovat ajankuvia sen hetken muotoilusta ja nousevista nuorista luovan alan tekijöistä.

Hannu Pöppösen kirjoitukset edustavat feature-juttuja, jotka pohjautuvat uutistapahtumiin, mutta ovat sisällönsä puolesta uutisia ajattomampia ja monipuolisempia. Vuoden 2010 palkinnon voittaneet jutut kertovat tulevista kulttuuritapahtumista, arkkitehtuurista sekä muotoilun vienti- ja kehittämishankkeista. Pöppösen jutuissa esiintyvät esimerkiksi arkkitehti Travis Price sekä kansainvälisen teollisen muotoilun järjestön Icsidin presidentti Mark Breitenberg.

Hakkaraisen ja Laitisen *Vuokon aika* on julkaistu *Muoto-lehden* ”Henkilö”-osiossa. Ilmonin henkilöjutut on julkaistu *Hufvudstads-bladetin* kuukausiliite *Voltn* ”Personen”-kohdissa lehden alkupäässä. Pöppösen jutut on julkaistu *Helsingin Sanomien* kulttuurisivuilla, lehden C-osassa. *Helsingin Sanomat* on Suomen suurin sanomalehti, jolloin sitä voidaan kutsua laajan yleisön lehdeksi.

Tarkastelemalla juttujen ensimmäistä ja viimeistä virkettä, voidaan juttujen aloitus- ja lopetustyyli jakaa neljään päätyyppiin. Ne ovat tilanteen havainnointi eli kuvausavaus, sitaatti eli lainausavaus, argumentti tai kysymys. Kolme yhdeksästä jutusta alkaa ja päättyy samaan tyyliin. Esimerkiksi Hannu Pöppösen juttu *Designvuosi vaatii muutostyökyä* alkaa haastateltavan henkilön sitaattilla ja loppuu myös lainaukseen. Muiden juttujen aloituksella ja lopetuksella ei ole nähtävissä samaa tyyliä tai tiettyä kaavaa.

Jokaisessa neljässä aikakauslehdessä julkaistussa henkilöjutussa on käytetty tekstinostoja, mutta Pöppösen feature-jutuissa ei ole käytetty tekstinostoja lainkaan. Väliotsikkoja on käytetty ainoastaan Anna-Kaari Hakkaraisen ja Tuomas Laitisen *Vuokon ajassa*. Kuvatekstejä ja kainalojuttuja on käytetty vain Pöppösen sanomalehtijutuissa. Faktalaatikoita on hyödynnetty Ilmonin kolmessa henkilöjutussa.

Kaikkiaan yhdeksästä jutusta kolme on kirjoitettu ruotsiksi. Ne ovat Susanna Ilmonin työt. Loput kuusi juttua ovat suomenkielisiä.

Henkilöjutut ovat keskimäärin 9500–13000 merkin pituisia (sisältäen välilyönnit) ja kolmen aukeaman mittaisia. Pöppösen uutisjutut koostuvat 4400 merkistä.

Ilmonin juttuja kuvittaa Fabian Björkin ottamat studiokuvat, joissa on tarkkaan mietityt konseptit. Esimerkiksi Minna Parikka -jutun kuvissa suunnittelija on kuvattu 1950-luvun tyyliinä pin-up -tyttöinä. Myös kuvien lavastus, puvustus, sävy maailma sekä taitto ovat sen mukaisia. Kuvissa pääroolia esittää Parikan naiselliset kengät ja sääret. Lisäksi kuvituksessa on käytetty sekä lähikuvaa kasvoista että kauempaa kuvattua kokovartalokuvaa.

Aamu Songista kertovan jutun visuaalisuus syntyy graafisesta musta-valko-punaisesta ilmeestä. Jutussa on kaksi läheltä otettua, suurehkoa kasvokuvaa sekä kaksi pientä tuotekuvaa. Taitto ja kuvat ovat sulautettu oivaltavasti yhteen: Songin pursottama punainen akryyliimaali valuu sivujen yläreunasta ja työn touhussa maalia on roiskunut myös Songin kasvoille. Luotu kuvitus tukee vaikutelmaa Songin peppipitkätossuunmaaisesta taiteilijapersoonasta.

Laura Sarvilinnaa käsittelevässä jutussa lähikuvassa korostuvat päähenkilön silmät ja silmälasit. Tämä kuvaa Sarvilinnan tarkkanäköisyyttä ja valppautta designmaailmaa kohtaan. Kuvissa taustalla näkyy myös Naoto Niidomen tuoli ja Harri Koskisen puinen säilytin. Tarkkaan suunnitellut konseptit artikkelien ympärille antavat viimeistellyn vaikutelman Susanna Ilmonin juttusarjasta.

Vuokon aika -jutun erikoisuutena on jutun yhteyteen liitetyt Chris Vidalin New Yorkissa ottamat ja Tuomas Laitisen stailaamat editorial-kuvat eli toimitukselliset muotokuvat Vuokko-merkin tuotteista. Kyseisten värikuvien vastapainona on mustavalkoiset kuvat päähenkilöstä eli Vuokko Nurmesniemestä. Lähikuvat hyvätuulisesta suunnittelijasta valkoista taustaa vasten ovat Aki Roukalan käsialaa. Yhdessä mustavalkokuvista Nurmesniemi seisoo taustanaan kotinsa ikkuna, josta aukeaa näkymä ulos talviseen merimaisemaan. Jutun kuvat taittoineen luovat yhtenäisen kokonaisuuden, mustavalkoisen ja tummasävyisten värien harmonian.

Hannu Pöppösen sanomalehdessä julkaistujen juttujen kuvat ovat enemmässä määrin sisätiloissa otettuja tilannekuvia. Etäältä otetuissa värikuvissa esiintyy yksi tai kaksi henkilöä, jotka hymyilevät tai jopa nauravat. Kaikki kuvat ovat eri valokuvaajien ottamia. Kuvaajat ovat Markus Jokela, Petri Krook, Erja Lempinen ja Vesa Oja. Poikkeuksena on *Japani napsi parhaita paloja Suomi-designista* -jutun kuvitus, joka koostuu eri tuotekuvista.

Analyysin avulla olen tehnyt johtopäätöksiä siitä millainen keskimääräinen palkinnon voittanut juttu on. Kaikki lehtijutut edustavat painettua mediaa eli ne ovat ilmestyneet lehtien paperiversioissa. Vuosien 2006 ja 2008 voittajajutut on julkaistu aikakauslehdissä. Vuoden 2010 palkinnon voittanut artikkelisarja on ilmestynyt sanomalehden kulttuurisivuilla. Julkaisuympäristö eli lehden lajityyppi vaikuttaa siihen miten juttu on rakennettu ja millaisia tyypillisiä elementtejä niistä löytyy.

Minna Parikka har gjort kvinnlighet till sitt levebröd och lyft upp inhemsk design till glamourösa höjder. Hennes skapelser kantas av hjärtan, rosetter och snörningar och hittas nu vid Bulevarden i Helsingfors.



VOLT · HBL · LÖRDAG 20 SEPTEMBER 2008



VOLT · HBL · LÖRDAG 20 SEPTEMBER 2008

7. Susanna Ilmonin kirjoittama juttu *Volt*-lehdessä vuodelta 2008.

Artikkelit edustavat juttutyyppinä henkilöjuttua ja feature-juttua. Yhdistävä tekijä jutuissa on se, että aiheet kerrotaan henkilöiden kautta. Jutuissa esiintyvät persoonat ovat muotoilualan valovoimaisia tekijöitä tai arvostettuja asiantuntijoita. Jutuissa esiintyvät muun muassa arkkitehti, vaatesuunnittelija, kenkäsuunnittelija, designmanageri sekä muita ammattilaisia muotoilun eri osaamisaloilta. Kahdeksassa jutussa kertojan ääni on havaittavissa korkeintaan kommentoijana esimerkiksi tulkitessaan tai yleistäessään jotakin asiaa. Poikkeuksena on Hakkaraisen ja Laitisen *Vuokon aika*, jossa teksti muodostuu alku- ja loppukappaleita lukuun ottamatta suunnittelija Nurmesniemen yksinpuhelusta, monologista.

Palkinnon voittaneiden juttujen aiheet käsittelevät muotoilualan sekä myös arkkitehtuurin mielenkiintoisia persoonia, ajankohdaisia tapahtumia ja hankkeita. Muotoilua lähestytään esimerkiksi Helsingin Seurasaaren elävöittämisen ja suomalaisen muotoilun kansainvälistymisen ja viennin näkökulmista.

Analyysin yhtenä tuloksena on, että jutut alkavat ja loppuvat joko sitaatilla eli lainauksella tai tilanteen kuvailulla eli kuvauksella. Henkilöjutun pituus on noin 10000 merkkiä ja uutismaisen featuren pituus noin 4000 merkkiä.

Kuvissa suurin osa juttujen henkilöistä hymyilee. Etenkin aikakauslehtien henkilöjutuissa kohteen kasvot kuvataan läheltä ja poseeraus suoraan kameralle on varsin yleistä. Vain kahdessa kuvassa yhdeksästä jutun päähenkilö näkyy kokonaan päästä varpaisiin. Sanomalehden feature-juttujen kuvissa esiintyy usein toimintaa, ja henkilöt on kuvattu etäämmältä. Varsinkin henkilöjutuissa pienehköt tuotekuvat ovat varsin käytettyjä.

Jutut täyttävät suurilta osin norjalaisten tutkijoiden Johan Galtingin ja Marie Rugen kehittämät uutiskriteerit. Erityisesti jutuissa on nähtävissä kriteereihin kuuluva henkilöitävyys, joka tarkoittaa sitä, että asiat kerrotaan ihmisten kautta. Persoonat ovat mielenkiintoisia ja lukijat voivat samaistua heihin. Toisin kuin uutisjutuissa, mikään palkinnon voittaneista kirjoituksista ei ole kielteinen. Niitä ei ole kerrottu esimerkiksi konfliktin tai onnettomuuden kautta. (Nieminen & Pantti 2009, 100.)

5. MUOTOILUJOURNALISMI TOIMITTAJAN NÄKÖKULMASTA

On eräviä käsityksiä siitä, millainen journalismi on hyvää. Voidaanko makuasioista kiistellä? Laatu on hyvin häilyvä käsite. Johanna Vehkoo ruotii kirjassaan voidaanko sopia yhteisistä kriteereistä, joilla journalismia arvotetaan. Hänen mukaansa esimerkiksi maailman arvostetuimman yhdysvaltalaisen Pulitzer Prize -journalismpalkinnon tuomaristolla ei ole käytettävissä kriteeristöä, jonka mukaan arvostella kilpailuun osallistuneita artikkeleita. Vehkoo arvelee, että kyseisen kilpailun yhteydessä käytetään yleisintä journalismin määritelmää: ”Tunnen sen kun näen sen.” (Vehkoo 2011, 163–164.)

Vehkoo jakaa myös akateemisen tutkimuksen journalistisesta laadusta kahteen eri ryhmään. Kvantitatiivisissa survey-tutkimuksissa kysytään laadusta itse tekijöiltä eli toimittajilta. Tuloksena on usein lista laatukriteereitä. Toinen lähestymistapa on tehdä laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta, jossa otetaan selvää hyvän journalismin periaatteista ja standardeista. (Vehkoo 2011, 164.)

Lähestyin suomalaista muotoilujournalismin kenttää myös journalistin näkökulmasta. Haastattelin neljää eri muotoiluun erikoistunutta toimittajaa Hannu Pöppöstä, Jenna Sutelaa, Anne Veinolaa ja Pirkko Vekkeliä. Sain tietoa heidän työnkuvastaan ja näkemyksistään alaa kohtaan. Lisäksi pyysin heitä arvioimaan Muotoilujournalismin Vaasan-palkinnon tuomariston antamia kommentteja voittaja-artikkeleista. He pohtivat hyvän muotoilujutun piirteitä ja peilasivat niitä omaan kirjoitusprosessiinsa. Haastateltavat toimivat oppinnäytteessäni eräänlaisina informantteina, joiden antamaa tietoa voin hyödyntää omassa kirjoitustyössäni ja ymmärryksessäni alaa kohtaan.

5.1 NELJÄN MUOTOILUTOIMITTAJAN PROFIILIT

Hannu Pöppönen (s.1966) on *Helsingin Sanomien* kulttuuritoimituksen pitkäaikainen toimittaja. Hän on koulutukseltaan filosofian maisteri, pääaineenaan kotimainen kirjallisuus. Pöppönen on työskennellyt *Helsingin Sanomissa* vuodesta 1996 lähtien. Hän on käynyt myös Sanoman toimittajakoulun vuosina 2000–2001. Hän määrittelee itsensä mieluiten kulttuuritoimittajaksi, joka on erikoistunut muotoiluun ja arkkitehtuuriin.

Pöppösen työhön sisältyy paljon muutakin kuin kirjoittamista, esimerkiksi editointia ja ajoittain myös taitotyötä. Lisäksi tehtäviin kuuluvat online-toimitusvuorot, jolloin toimittaja tekee kulttuur uutisia internetiin. Pöppönen kirjoittaa monipuolisesti eri juttutyyppejä *Helsingin Sanomiin*, pääasiassa kulttuurisivuille. Yleisimpiä ovat uutiset, arvostelut, feature-jutut, reportaasit sekä henkilöhaastattelut. Tällä hetkellä toimittajan työn lisäksi Pöppönen kirjoittaa kirjaa suomalaisen muotoilun kansainvälisyydestä ja kansainvälistymisestä 1990-luvun alusta tähän päivään. Kirjan kustantaja on Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu. (Pöppönen, 26.4.2011.)

Jenna Sutela (s. 1983) on freelance-toimittaja ja helsinkiläisen luovan OK Do -ajatushautomon perustajajäsen. Sutela on valmistunut taiteen maisteriksi Taideteollisen korkeakoulun

Medialaboratoriosta vuonna 2008. Hän on aikaisemmin opiskellut myös mediatuottamista Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemiassa. Sutela aloitti toimittajauransa musiikkikriittikkona opiskelun ohessa. Hän pitää itseään kulttuuritoimittajana, jonka erikoisalue asettuu muotoilun ja taiteen rajamaille. Ammattimaisen lehtimiehen sijaan Sutela kokee harjoittavansa ammattiaan asiantuntijaroolista käsin: asiasisällöt edellä, kirjoittamistaitojaan tekemisen kautta kehittäen.

OK Don blogikirjoitusten ja omakustannejulkaisujen kautta Sutela pyrkii lähestymään suunnittelualaa kriittisesti ja teoreettisesti. OK Do on julkaissut muun muassa *OK Talk Helsinki/London* -nimisen teoksen, joka rakentuu Lontoossa ja Helsingissä järjestetyissä design-keskusteluissa heränneiden kysymysten ympärille. Sutela kirjoittaa nykyisin kolumneja, henkilöhaastatteluja ja ”design-tutkimuksellisia” asiantuntija-artikkeleita. Sutela on tehnyt juttuja muun muassa *Imageen*, *Divaaniin*, *Muotoon*, *Helsingin Sanomien Nyt*-liitteeseen sekä ulkomaisiin *Apartamento*, *Print*- ja *Framer*-lehtiin. Viime aikoina Sutela on kirjoittanut enimmäkseen englanniksi. Se johtuu osaksi siitä, että Suomessa ei ole riittävästi mediaa ja lukijoita suomenkieliselle muotoilujournalismille. (Sutela, 7.6.2011.)

Anne Veinola (s. 1958) on Design Forum Finlandin viestintäpäällikkö ja päätoimittaja. Veinola on koulutukseltaan arkkitehti ja hänellä on myös kandidaatin tutkinto taidehistoriasta. Veinola aloitti Design Forum Finlandissa *Form Function Finland* -lehden toimitussihteerinä vuonna 1998 ja eteni myöhemmin myös sen päätoimittajaksi. Veinola pitää itseään muotoilutoimittajana, joka toimii myös viestinnässä.

Design Forum Finlandissa Veinolan vastuulla on muun muassa *Finnish Design Yearbook*, joka on suomalaisen nykymuotoilun joka toinen vuosi ilmestyvä katsaus. Kirjoittamisen lisäksi työtehtäviin viestinnän ohella kuuluu eri julkaisujen tuottaminen ja verkkosivujen ylläpito. Lisäksi Veinola kirjoittaa virkansa puolesta eri lehtiin, esimerkiksi *Kamppi-Eira* -lehden design-numeroon ja vakuutusyhtiö Fennian asiakaslehteen. Juttutyypit, joita Veinola kirjoittaa eniten ovat uutiset, pääkirjoitukset ja lyhyehköt tuote-esittelyt *Finnish Design Yearbookia* varten sekä henkilöjutut palkituista muotoilijoista. (Veinola, 27.4.2011.)

Pirkko Vekkeli (s. 1944) toimi *Glorian* vakituksena toimittajana vuodesta 1989, mistä siirtyi eläkkeelle vuonna 2011. Vekkeli valmistui vaatesuunnittelijaksi Taideteollisesta oppilaitoksesta, nykyisestä Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulusta vuonna 1970. Jo opintojen ohessa hän rahoitti opintojaan kirjoittamalla eri lehtiin. Ennen toimittajan uraa hän toimi suunnittelijana suomalaisessa vaateteollisuudessa. Vekkeli pitää itseään kulttuuritoimittajana, jonka erikoisalana on kuvataide sekä muotoilu.

Vekkeli on tehnyt toistakymmentä tietokirjaa 2000-luvun aikana. Toimittajuuden lisäksi hän on luennoinut Kirjoittamisen työpaja -kurssilla Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun tekstiilitaiteen sekä vaatetussuunnittelun ja pukutaiteen opiskelijoille. Nyt eläkkeellä Pirkko Vekkeli toimii vakituksena avustajana *Gloriassa*, *Iiriksessä* sekä *Avotakassa* kirjoittaen muun muassa Muotoilun mestarit -sarjaa. Vekkeli on tehnyt uransa aikana eniten haastatteluja eli henkilökuvia. Hänen mielestään ihmisten kautta voi kertoa paljon erilaisia asioita elämästä, ja ihmiset haluavat lukea kaltaisistaan. (Vekkeli, 28.4.2011.)

Haastatelluista toimittajista kaikki, paitsi Anne Veinola, ovat osallistuneet omilla töillään Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto -kilpailuun. Veinola ei voi osallistua, koska työskentelee Design Forum Finlandissa, joka on yksi kilpailun järjestäjätahoista.

5.2 TOIMITTAJIEN AJATUKSIA MUOTOILUSTA JA MUOTOILUJOURNALISMISTA

Miten rajaat muotoilun?

Toimittajat pitivät kysymystä kiinnostavana ja samalla vaikeana. He ovat pohtineet muotoilun määrittelyä hyvinkin paljon viime aikoina, etenkin sen jälkeen kun Helsinki valittiin vuoden 2012 maailman muotoilupääkaupungiksi. Kaikkien neljän toimittajan mukaan muotoilua on hankala määritellä, ja he eivät edes halua rajata sitä tarkasti. Selvää on, että muotoilun käsite on viime vuosina laajentunut.

Jenna Sutelan mukaan muotoilu on taideteollista toimintaa, joka kehittää ratkaisuja ja tähtää näin parantamaan nykytilaa. Suomen kielessä muotoilu on perinteisesti viittannut taideteolliseen muotoiluun, esinemuotoiluun ja nyt myös palvelumuotoiluun. Samalla muotoilijan ammatinkuva on laajentunut vastausten tarjoamisesta kysymysten esittämiseen. Sutelan mielestä englanninkielinen sana design käsittää vielä laajemmin eri merkityksiä. Anne Veinola sanoo muotoilun sisältävän eri asioita aineettomasta muotoilusta hyvinkin konkreettiseen esinemuotoiluun, esimerkiksi verkkopalvelujen suunnittelusta teolliseen muotoiluun. Veinola ei määrittele arkkitehtuuria ja kuvataiteita muotoiluun kuuluviksi, mutta niissä on kiinnostavia elementtejä, joita voisi ottaa mukaan muotoilujournalismiin.

Hannu Pöppösen taideteollisuus-painotteinen kirjoittaminen liittyy siihen miten muotoilu on yleisesti ottaen nähty Suomessa viime vuosiin asti. Muotoilu ei ole pelkästään esineitä, vaan se on mitä tahansa hyvinvointia edistävää. Pöppösen mukaan muotoilun käsite on laajentunut koskemaan myös palvelumuotoilua ja pelimuotoilua. Hän laskee muodin osaksi muotoilua, mutta ei arkkitehtuuria. Pirkko Vekkelin kuvailee muotoilun tarkoittavan visuaalista suunnittelua. On se sitten vaatteiden, esineiden, graafisten tuotteiden tai aineettomien asioiden suunnittelua eli muotoilua.

Entä mitä suomalainen muotoilujournalismi on tai mitä sen pitäisi olla?

Anne Veinola määrittelee muotoilujournalismin olevan muotoilusta kirjoitettavaa journalismia, joissa asiantuntijuus ja jonkinasteinen henkilökohtainen näkemys ovat taustalla. Valitettavan usein se on ulkokohtaista tuote-esittelyä, joka jää hyvin pinnalliseksi. Veinolan mielestä oikeanlaista muotoilujournalismia edustavat tällä hetkellä esimerkiksi Kaj Kalinin kolumnit ja arvostelut. Veinola kaipaasi suomalaisiin muotoilujuttuihin lopputuotosten lisäksi myös muotoiluprosessin esiintuomista. Sekä Anne Veinola että Hannu Pöppönen kaipaavat muotoilukritiikkiä suomalaiseen journalismiin. Pöppösen mukaan sisustuslehdet käsittelevät muotoilua, mutta enemmän esittelevyyden näkökulmasta. Kriittisyys ei ole sisustuslehtien päätavoite. Pöppönen peräänkuuluttaa muotoilujournalismiin syvällisempää lähestymistapaa ja koko alan ”penkomista”.

Jenna Sutela kaippaa enemmän muotoilujournalismia, jossa kirjoittajat olisivat muotoilijoita tai muotoilun tutkijoita. Näin siihen saataisiin moniulotteisempia ääniä ja näkökulmia pelkän tuote-esittelyn sijaan. Sutela itse pyrkii aina katsomaan asioita seuraavassa kontekstissa ja laajemmalti kuin mitä näkee edessään.

Pirkko Vekkelin mukaan muotoilusta kirjoittaminen vaatii sen, että siihen on aika syvälinen suhde. Sen historia olisi tunnettava ja uusia tuulia seurattava jatkuvasti.

Näiden näkemysten perusteella voidaan sanoa, että haastatellut toimittajat määrittelevät muotoilun olevan ongelmanratkaisua ja hyvinvointia edistävää käytäjäälähtöistä toimintaa. Tänä päivänä muotoilu käsittää yhä laajemmin eri kenttiä, taideteollisuuteen pohjautuvasta esinemuotoilusta immateriaalisempaan palvelumuotoiluun. Toimittajat rajaavat muotoilun ulkopuolelle arkkitehtuurin ja kuvataiteen. Yhtenä perusteluna on se, että niillä on omat instituutionsa Suomessa esimerkiksi museot.

Muotoilujournalismi on usein pintapuolista tuote-esittelyä. Toimittajat kaipaavat perusteellisempaa lähestymistapaa. Esimerkiksi muotoiluprosessin esiintuomista ja kriittistä näkökulmaa. Toimittajien mielestä muotoilujournalismiin saataisiin syvällisempää lähestymistä, jos kirjoittajat olisivat itse myös muotoilun alalta. Näin he olisivat asiantuntijoita, jotka osaisivat puhua muotoilusta niin sanotusti omien sormien kautta.

5.3 JUTUN NELJÄ OLEELLISINTA OMINAISUUTTA

Mitä hyvän jutun syntymiseen tarvitaan? Tein yhteenvedon Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto-kilpailun asiantuntijaraadin vuosien 2006 ja 2008 voittajatoista antamista lausunnoista. Näytin ranskalaisin viivoin tehdyn listan hyvän jutun aineksista haastattelutilanteissa toimittajille (LIITE 3). He pohtivat ominaisuuksia ja peilasivat niitä omaan työprosessiin. Seuraavaksi esittelen neljä pääkohtaa, jotka nousivat tärkeimpinä esille. Ne ovat piirteitä, joita toimittajat korostivat ja pitivät hyvän jutun rakentamisessa oleellisina.

Raikas aloitus

Toimittajat pitävät jutussa raikasta aloitusta yhtenä tärkeimpänä. Anne Veinolan mielestä toimivia aloitustapoja ovat esimerkiksi yllättävä yhteys tai huomio aiheesta. Hannu Pöppönen luo alun usein sitaatin tai havainnon keinoin, esimerkiksi jokin huomio yksityiskohdasta. Tärkeintä on, että onnistuu saamaan lukijan koukkuun heti alussa. Jenna Sutelan mukaan aloituksen pitäisi kertoa jutun ytimen tai sisältää yllätyselementin, esimerkiksi suoran lainauksen. Sutelan mielestä aloitus on todella tärkeä, koska se määrittelee lukeeko joku jutun vai ei. Pirkko Vekkelin mieleen on jäänyt sanonta ”ota lukija mukaan”. On oleellista mennä tilanteeseen sisään, ja tavallaan viedä lukija sisään samalla ovenavauksella. Raikkaita aloituksia on monenlaisia, se on tapauskohtaista. Haasteellista on keksiä aina uusi alkukoukku. Vekkelin mielestä pelko, että toistaa itseään, vaivaa melkein jokaista alalla pitkään ollutta toimittajaa.

Juttu kiinnostaa erikoisaikakauslehden (viittaa *Muoto-lehteen*) lukijaa eli alan ammattilaista, mutta on myös ymmärrettävä maallikolle

Ymmärrettävyys on ominaisuus, jota toimittajat pitävät tavoiteltavana ja haasteellisenä. Sutelan mukaan parhaat jutut ovat kiinnostavia sekä noviiseille että ammattilaisille. Pöppönen pyrkii kirjoittamaan niin, että juttu on kiinnostava ja informatiivinen kaikille lukijoille. Veinola pitää lehtijutun ymmärrettävyyttä oleellisenä piirteenä. Kun on hyvin kirjoitettu juttu, niin se sopii kaikille. Tietysti poikkeuksena on todella spesifi asiantuntijateksti, jolloin myös lukijat ovat ammattilaisia. Vekkelin mielestä toimittajan pitää asettaa itsensä jutun ulkopuolelle ja miettiä ymmärtäisikö esimerkiksi naapuri kyseisestä asiasta mitään. Se ei ole aina helppoa, koska siinä saattaa olla vaarana se, että alkaa yksinkertaistaa asioita liikaa tai aliarvioida lukijaa.

Kuvat pysäyttävät

Toimittajat pitävät kuvien voimaa ja visuaalisuutta äärettömän tärkeänä. Kuvat saavat lukijan tarttumaan juttuun. Sutelan mielestä parhaimmillaan kuva tai kuvitus voi kertoa paljon, vaikka tuomalla aivan uuden kerroksen juttuun. Vekkelin mukaan kuvien merkitystä ei voi koskaan korostaa liikaa. On tutkittu asiaa, että lukijan katse kiinnittyy ensimmäisenä kuviin. Veinolan mielestä kunnianhimoisesti toteutetuilla kuvilla ja myös taitolla vaikutetaan, pysähtykö lukija kyseiseen juttuun vai ei. Tarkkaan harkitut kuvat kertovat enemmän kuin tuhat sanaa. Kuvatoimistojen kuvituskuvat, joita esimerkiksi asiakaslehdet käyttävät aivan liikaa, pikemminkin ärsyttävät Veinolaa. Myös Pöppönen korostaa, että lopputulos on aina parempi, jos on oma kuvaaja mukana. Visuaalinen näyttävyys on tärkeää, etenkin koska muotoilu on jo sellaisenaan visuaalista.

Juttu on viimeistelty

Sutelan korostaa editoinnin ja viimeistelyn merkitystä kirjoitusprosessissa. Myös Vekkelin pitää jutun huolellista viimeistelyä itsensä selvittelevänä, josta ei voi luistaa. Lehdissä editorit, useimmissa tapauksissa toimituspäällikkö tai toimitussihteeri, viimeistelevät jutun editoimalla. Vekkelin painottaa erityisesti sitä, että ennen kuin lehti menee painoon, toimittaja saisi tarkistaa jutun vielä kerran. Pöppösen mukaan editointi on tärkeä osa journalismia ja juttun tekemistä, koska toinen henkilö näkee esimerkiksi kömpelöt lauserakenteet tarkemmin tai saattaa keksiä paremman otsikon. Veinolan mielestä viimeisteltyssä jutussa kaiken pitää olla tasapainossa. Siinä on oltava selkeä aloitus ja lopetus. Veinolasta on tärkeää myös, että editoinnin avulla juttu oikoluetaan ja kielivirheet korjataan.

Muita koonnista nousseita asioita, joita toimittajat toivat esille, olivat jutun johdonmukainen rakenne, josta löytyy niin sanottu punainen lanka. Tavoiteltavaa on myös kunnianhimoisen ote kirjoittamiseen, mikä näkyy esimerkiksi muotoiluprosessien ymmärtämisellä. Myös vahva kertoja on haastateltavien toimittajien mielestä useimmiten eduksi, paitsi sanomalehtijournalismissa, jossa pyritään objektiivisuuteen.

6. HYVÄN MUOTOILUJUTUN AINEKSET

Mikä on se resepti, jolla leivotaan onnistunut juttu? Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon voittaneista jutuista tekemäni analyysin ja toimittajien korostamien ominaisuuksien perusteella voidaan muodostaa käsitys siitä, mitkä ovat hyvän muotoilujutun ainekset.

Onnistunut juttu on tekstinä hyvin kiteytetty ja monitasoinen. Jutun rakenne on johdonmukainen, ja siinä on nähtävissä punainen lanka, joka kulkee läpi artikkelin alusta loppuun. Juttutyypinä artikkeli edustaa pitkähköä henkilöjuttua tai lyhyempää feature-juttua. Tässä tapauksessa pois rajautuvat muotoilujournalismissa usein esiintyvät teemalliset esinekokonaisuudet eli tavarapalstat sekä trendikatsaukset.

Artikkelien aiheet kerrotaan usein henkilöiden kautta. Jutut käsittelevät mielenkiintoisia persoonia, ajankohtaisia tapahtumia ja ilmiöitä. Teemat lähestyvät muotoilua arkipäiväisenä ja hyvinvointia edistävänä asiana. Journalistisessa työssä jutun näkökulma on tärkeä. Tämän päivän hyvä, muotoilua käsittelevä juttu on kirjoitettu esimerkiksi viennin, kansainvälistymisen tai muotoiluprosessien näkökulmasta.

Kirjoittajan eli useimmiten toimittajan kunnianhimo ja ymmärrys alaa tai aihetta kohtaan näkyvät tekstissä muun muassa muotoilun suunnittelu- ja valmistusprosessien esiin tuomisella. Tämän avulla juttuun saadaan lisää syvyyttä. Tekstissä kirjoittajan oma ääni on toivottavaa, esimerkiksi kertojan roolissa, joka esittää kysymyksiä.

Koukuttava aloitus on tavoiteltava ominaisuus. Sen tarkoituksena on ottaa lukija heti mukaan ja johdatella hänet sisään aiheeseen. Useissa tapauksissa artikkelit alkavat joko sitaatilla eli lainauksella tai tilanteen kuvailulla eli kuvauksella. Kuvausavauksella on hyvä osua suoraan jutun teemaan ja rajaukseen vaikka yksityiskohtia huomioimalla. Lainausavaus on tehokas, kun se polkaisee jutun käyntiin ja kertoo jutun tyylin. Artikkelin lopetuksella on myös keskeinen osa, jolloin se viimeistelee jutun sanoman. Tapoja ovat esimerkiksi sinetöidä juttu päähenkilön sitaatilla tai viitata tulevaisuuteen.

Yleisesti sanoen hyvä juttu on ymmärrettävä ja lukijan huomioon ottava, jolloin vaikeat aiheet avataan tutuilla esimerkeillä. Tarkoituksena ei ole kuitenkaan yksinkertaistaa asioita liikaa ja näin aliarvioida lukijaa. Tekstin virheettömyys ja viimeistely ovat välttämättömiä ominaisuuksia hyvälle jutulle. Sekä toimittajan että lehden uskottavuus säilyy, kun juttu on huolellisesti oikoluettu. Lehtijutun kirjoittamisessa tärkeässä roolissa ovat editoijat, on se sitten lehden toimituspäällikkö tai muu luottohenkilö, jotka auttavat tekstin kehittämisessä ja viimeistelystä.

Koska muotoilu on visuaalista, myös kuvilla on suuri merkitys kokonaisuuden luomisessa. Kuvat täydentävät juttua ja tuovat aivan uuden tason sille. Kuvitus houkuttelee lukijan tarttumaan juttuun ja parhaimmillaan tarjoaa visuaalisen elämyksen lukijalle. Henkilöjutuissa vaikuttavimpia ovat kasvokuvat, joissa henkilö tuodaan lukijan lähelle. Tuotekuvilla on myös tärkeä asema muotoilujutuissa. Harkitulla kuvasuunnittelulla ja toimittaja-kuvaaja-yhteistyöllä lopputulos on kiinnostavampi ja kunnianhimoisempi kuin, että kuvat olisivat valmiita esimerkiksi kuvatoimiston kuvituskuvia.

7. JUTTUSARJA

Opinnäytteeni produktiivinen osa muodostuu juttusarjasta, joka koostuu kolmesta muotoilua käsittelevästä artikkelista. Peilaan niihin työni kirjallisesta osasta saamiani tuloksia.

Kirjoittamani artikkelit edustavat henkilöjuttuja. Henkilöiden kautta tuodut aiheet ovat kiehtovia ja helpommin lähestyttäviä. Ihmiset ja heidän tarinansa kiinnostavat lukijoita. Henkilöhaastattelu on myös yksi yleisimmistä tekstilajeista aikakauslehdissä. Siitä kertoo se, että myös Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon voittaneet jutut ovat olleet suurimmaksi osaksi henkilöjuttuja. Lisäksi valintaani liittyy haasteen näkökulma. Olen halunnut kirjoittaa pidempiä henkilöjuttuja, koska en ole kirjoittanut sellaisia aikaisemmin aikakauslehteen.

Juttusarjani artikkelit ovat ajankuvia muotoilijoiden työskentelystä ja roolista yhteiskunnassa. Jutuissa esiintyvät henkilöt ovat suomalaisia luovan alan tekijöitä, jotka edustavat omalla tyylillään tuoretta lähestymistä muotoiluun. Pitkähköt jutut käsittelevät muotoilun eri osa-alueita kuten palvelumuotoilua, tekstiili-, jalkine- sekä vaatesuunnittelua.

Ensimmäinen juttu keskittyy malliston suunnittelu- ja valmistusprosessiin, toisen jutun näkökulma painottuu henkilöön ihmisenä ja suunnittelijana. Kolmannessa jutussa lähestymistapa on hyvin asiakeskeinen. Viime vuosina perinteisen esinemuotoilun rinnalle on tullut uusia osa-alueita kuten palvelumuotoilu. Käsityötaitojen esiin tuominen on myös yksi ajankohtaisista ilmiöistä. Artikkelien aiheina ovat käsityöosaaminen, itsensä työllistäminen ja käyttäjäkeskeinen suunnittelu.

Artikkeleita ei ole tehty tilauksena millekään lehdelle. Päättökseen on vaikuttanut se, että opinnäytteeni tavoitteena on ollut ilmaista vapaasti omaa luovuuttani. Tilauksena tehdyt jutut olisivat todennäköisesti rajanneet mahdollisuuksiani kehittyä ja toteuttaa juuri sitä mitä haluan tältä opinnäytteeltä.

Juttuja tehdessäni olen kuitenkin pitänyt mielessä tietyn lehden lukijat ja lehtikonseptin. Suunnitelmissani on tarjota juttuja *Taide & Design* -lehden keväällä opinnäytteen valmistumisen jälkeen. Jutut tai ainakin osa niistä sopivat sisällön ja pituuden puolesta kyseiseen taiteeseen ja muotoiluun keskittyvään aikakauslehteen. Pyrkimyksenä on ollut tehdä tekstistä ymmärrettävää ja kiinnostavaa

yleisölle, joka seuraa aktiivisesti muotoilua ja sen uusia ilmiöitä ja tekijöitä. Olen kirjoittanut jutut henkilökohtaisesta näkökulmasta, johon vaikuttaa oma taustani muotoilijana.

Juttusarjan visualisointi on myös tärkeä osa kokonaisuutta. Juttujen kuvaajana on toiminut Federico Ortegon. Syntyjään kolumbialainen Ortegon on taustaltaan arkkitehti ja opiskelee tällä hetkellä Helsingin Kuvataideakatemiassa. Yhteistyö valokuvaajan kanssa alkoi tehdessäni, sivuainecopintoihini liittyvää, muotoilua käsittelevää *Kaava*-lehtikonseptia keväällä 2010. Yhteistyömme on sujunut moitteettomasti ja olemme ymmärtäneet toistemme toiveita ja visioita kuvien suunnittelu- ja toteutusvaiheessa.

Juttujen ulkoasulla en ole tavoitellut minkään olemassa olevan julkaisun taittotyyliä. Juttusarjan artikkelien itsenäiset ulkoasut sulautuvat koko opinnäytteeni visuaaliseen linjaan.

Seuraavaksi esittelen juttusarjaani kuuluvat kolme artikkelia, siinä järjestyksessä kun ne ovat valmistuneet. Ennen lopullista juttua, käyn läpi jutun rakentamisen eri vaiheet, suunnittelusta toteutukseen ja viimeistelyyn.

7.1
JUTTU
NUMERO 1

Jutun keskiössä ovat suunnittelijat Essi Kuula ja Marika Jylhä sekä heidän Lighthearted -kenkämallistonsa. Jutun näkökulma keskittyy uniikin kenkämalliston syntyyn ja sen tekijöihin. Kuula + Jylhä -yhteistyössä yhdistyy mielenkiintoisella tavalla tekstiilisuunnittelijan ja jalkinemuotoilijan omat osaamisalueet. Kuulan ja Jylhän käsityönä tehdyn kenkämalliston suunnittelua on ohjannut Slow design -ideologia. Jutun ajankohtaisuutta korostaa se, että kaksikko on osallistunut jalkineillaan viime syksyllä pidettyyn Korean Cheongju International Craft Biennale 2011 -näyttelyyn. Kuula + Jylhä -kenkiä on myös helsinkiläisen Vaatelainaamo-liikkeen valikoimissa.

Viime aikoina suomalaiset jalkinesuunnittelijat ovat saaneet huomiota osakseen. Halusin selvittää miten uniikki kenkä rakentuu ja mitä vaiheita monimutkaiseen valmistusprosessiin kuuluu. Kenkäsuunnittelija Minna Parikka on sanonut eräässä haastattelussa, että kenkä on muotiteollisuuden tuotteista vaikein valmistaa, koska siihen sisältyy niin monia eri osia ja kymmeniä työvaiheita.

Jutun suunnitteluvaiheessa tavoitteenani oli tehdä suunnittelu-prosessiin painottunut henkilöjuttu muotoilun tuoreista kasvoista. Jutussa esiintyy uransa alussa oleva suunnittelijakaksikko, joka uskoo kuiskaamiseen huutamisen sijaan. Jutun teemoiksi muodostuivat tahdin hidastaminen, käsityöosaaminen ja uniikkien jalkineiden tarjoama vaihtoehtoisuus massatuotannolle. Kuula + Jylhän jalkineissa taide ja funktionaalisuus kohtaavat.

Tein puolitoista vuotta sitten *Taide & Design* -lehdelle juttuehdotuksia, joista yksi oli juuri Kuula + Jylhä ja heidän kenkämallistonsa. Lehden toimituspäällikkö tarttui muihin esittämiini aiheisiin, joista kirjoitin juttuja lehden kahteen eri numeroon keväällä 2011. Kenkämallisto-juttu jäi kuitenkin pyörimään mieleeni. Kun opinnäytteeni aihe pikkuhiljaa kirkastui minulle, tiesin mistä jutusta aloittaa.

Vaikka keskustelimme kuvaajani kanssa juttusarjani kuvista, toimin itse kuvien eräänlaisena AD:na. Kenkien värimaailma ja muotoilijoiden luonnollinen ja keijumainen olemus innoittivat minut ideoimaan 1970-luvun inspiroiman, lämpimiä värejä sisältävän, mutta samalla modernin kuvituksen. Poimin Internetistä satunnaisia kuvia, jotka edustivat sitä tunnelmaa, valaistusta ja värimaailmaa. Ajanpuutteen vuoksi emme pitäneet kuvaajan kanssa palaveria, vaan lähetin kokoamani kuvakollaasin kuvaajalle sähköpostitse. Kysyin myös mielipidettä mahdollisesta kuvauspaikasta itse suunnittelijoilta. Heidän mukaan studiokuvaus olisi tuntunut liian jäykältä varsin ujoille naisille. Lopulta kuvauspaikaksi valitsin merenrannan Etelä-Helsingissä.

Tein haastattelukysymykset, jotka noudattivat etukäteen miettimääni jutun sisältöä ja rakennetta. Lähetin kysymykset Essi Kuulalle ja Marika Jylhälle, jotta he saivat miettiä vastauksia etukäteen.

Haastattelu- ja kuvauspäivänä tapasimme Eiran rannassa marraskuuisena sunnuntaina. Vuodenaika toi haasteita ulkona kuvaamiselle. Oli pilvinen harmaa päivä. Siitä aiheutui se, että kuvissa ei ollut riittävästi selkeitä valoja ja varjoja. Toiveeni, että henkilöt olisivat olleet kuvattuna vastavalossa, ei toteutunut. Aluksi kuvasimme päähenkilöitä rantakivetyksellä, jolloin taustana oli harmaansävyinen meri. Se ei tuntunut tuottavan tulosta. Lopulta onnistuneimpien ja lopullisiksi kuviksi valikoitujen kuvien taustana olivat läheiset rantakaislat. Kuvausten jälkeen haastattelin suunnittelijoita läheisessä kahvilassa.

Tilanne oli rento ja mukava, vaikka aluksi haastateltavat jännittivät ja epäoivaltivat omaa kykyä puhua ”järkeviä” nauhurin ollessa päällä. Myöhemmin tammikuussa 2012 haastattelin Kuulaa myös hänen kotonaan, jossa näin kengät ensimmäistä kertaa kokonaisuudessaan. Kengät olivat saapuneet pitkältä rahtilaivamatkalta Etelä-Koreasta, jossa ne olivat olleet esillä kansainvälisessä näyttelyssä.

Kun olin saanut vihdoin purettua haastattelun tietokoneelle, poimin pitkän tekstin joukosta mielenkiintoisimmat kohdat ja siteeraukset. Lähdin rakentamaan ja muokkaamaan tekstiä rauhassa, pala palalta. Keskityin aluksi jutun rakenteen luomiseen. Mietin joka kappaleelle oman teeman, jota käsittelem, esimerkiksi tausta ja suunnitteluprosessi. Kirjoitin jutun alkuun kuvausavauksen, jossa kertoja kuvailee kenkien ulkonäköä yksityiskohtaisesti. Jutun lopetukseen muokkautui kertojan pohdintaa, jossa viitataan tulevaisuuteen. Jutun otsikko ja ingressi muodostuivat kirjoittamisen loppuvaiheessa. Otsikko, *Kengillä koreaksi*, viittaa kielikuvana kenkien avulla koristautumiseen sekä Etelä-Koreaan ja korean kieleen.

Saadakseni ulkopuolista näkemystä ja parannusehdotuksia tekstiini, lähetin jutun kahdelle valitsemalleni editoijalle, joilta olin saanut apua aikaisemminkin. Korjatessani tekstiä minun piti huomioida erityisesti tautologia eli sanojen turha toistaminen sekä parantaa kappaleiden välisiä siltoja ja tekstin ilmaisuvoimaa. Minun oli myös keskityttävä siihen, että en selitä asioita liian monimutkaisesti tai pidä joitain käsitteitä itsestäänselvyyksinä.

Jutun lopulliseksi pituudeksi tuli noin 7000 merkkiä (sisältäen välilyönnit). Hyvän tavan mukaisesti lähetin valmiin jutun tarkastettavaksi ja hyväksyttäväksi haastateltaville.

Viimeiseen vaiheeseen kuului jutun ulkoasun eli layoutin suunnittelu ja toteutus. Taiton avulla rakensin artikkelille oman identiteetin. Mietin jutun tekstinoston, kuvat ja niiden määrän ja muut tarvittavat elementit. Valitsin taittoon klassisen kirjaintyylin sekä kaksi yhteiskuvaa henkilöistä ja kolme tuotekuvaa jalkineista.

KENGILLÄ KOREAKSI

Kun tekstiilisuunnittelija ja jalkinemuotoilija
yhdistivät voimansa, yhteistyön tuloksena
oli hitaasti syntynyt kenkämallisto.

TEKSTI HEIDI KOSKI • KUVAT FEDERICO ORTEGON





Punaista, fuksiaa, keltaista ja oranssia. Herkullisia väriyhdistelmiä, kuin karamelleja. Jalkineiden kolmiulotteiset pinnat houkuttelevat koskemaan. Nämä kengät ovat kuin moderneille lehmitytöille tehtyjä.

Lighthearted-jalkineiden tekijät **Essi Kuula**, 30, ja **Marika Jylhä**, 30, hörppivät kuumaa kaakaota ja esittelevät aikaansaamiaan nahkajalkineita. Kuula + Jylhä -merkin perustaneet naiset ovat kuin luonnonlapsia pitkin hiuksineen ja paksuine neuleineen. Brunette Kuula ja vaalea Jylhä täydentävät toisiaan. He jakavat samanlaisen ajatusmaailman ja ymmärtävät heti mitä toinen miettii.

”Me tavattiin 10 vuotta sitten Jyväskylässä. Olimme kansalaisopiston vuoden kestäväällä kuvataidelinjalla. Päilyimme toisiamme ujoina luokahuoneessa, että toi vois olla ihan kiva tyyppi. Mutta Essi lähti sieltä kesken kaiken pois. Syksyllä aloitimme molemmat opiskelut sattumoisin Hämeen ammattikorkeakoulun Wetterhoffin ja törmäsimme siellä uudestaan”, Jylhä muistelee.

Ujoudesta ei ollut enää tietoakaan. Jalkinemuotoilun opiskelija ja tekstiilisuunnittelun opiskelija ystävystyivät pian huomattuaan jakavansa samat kiinnostuksen kohteet ja intohimon käsillä tekemiseen. He viettivät muun muassa vuoden opiskeluvaihdossa samassa ESAA Duperré -korkeakoulussa Pariisissa.

Nyt he ovat erillään. Kuula valmistuu pian maisteriksi Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun tekstiilitaiteen koulutusohjelmasta. Jylhä puolestaan

aloitti maisteriopinnot Tallinnassa Viron taideakatemian leather arts -osastolla viime syksynä. Maantieteellinen ero ei vaikeuta kaksikon yhteistyötä. Mallistopalaveri onnistuu helposti vaikkapa Skypen välityksellä.

Viime syksynä suunnittelijat osallistuivat Lighthearted-jalkineillaan Etelä-Korean Cheongju International Craft Biennale 2011 -näyttelyyn. Tapahtuma on yksi suurimmista kansainvälisesti tunnetuista taideteollisuuden näyttelyistä. Vuoden teemamaaksi oli valittu tällä kertaa Suomi ja siitä vastasi 100-vuotta täyttävä Teollisuustaiteen Liitto Ornamento. Between Tradition and Future -näyttely esitteli suomalaista muotoilua ja taidekäsityötä.

”Se oli hyvä potku tekemiselle, ilman sitä mietittäisiin vieläkin, että jotain pitäisi tehdä”, Kuula sanoo.

Malliston syntyvaiheessa Kuula ja Jylhä päättivät, että heillä ei ole minkäänlaisia rajoituksia kenkien suhteen. Kuulalla oli vahvuutena pintasuunnittelu ja Jylhällä kengät. He halusivat ottaa selvää, mitä siitä voisi mahdollisesti syntyä.

Kuulan ja Jylhän suunnitteluprosessi oli leikkimielistä ja kokeilevaa rakentelua.

”Yleensä ryhdymme heti hommiin. Emme koskaan piirtele tai mitään. Hankimme materiaalin ja sen jälkeen lähdemme testailemaan ja heittelemään ideoita ilmaan”, Kuula kuvailee.

Kolmesta erilaisesta kenkäparista koostuvan malliston

”Muotoilu on menossa siihen suuntaan, että uniikit pienet sarjat ja käsityömaisyydet tulevat seuraavaksi.”

lopullinen muotokieli syntyi kokeilujen ja vahinkojen kautta. Suunnittelijakaksikko piti ompeluseSSION, jossa he testasivat materiaaleja ja eri tekniikoita. Tarkistaakseen niiden toimivuuden, he sovittivat kenkiä omiin jalkoihinsa. Malliston nimi Lighthearted kuvaa hyvin heidän työtapaansa, joka on huolettoman kepeää ja leikkisää.

Kuula ja Jylhä ovat käyttäneet jalkineissa luonnonmateriaaleja, puuta ja nahkaa. He pyrkivät siihen, että kaikki käytettävä materiaali olisi suomalaista ja sen alkuperä olisi tiedossa, vaikka se maksaisi vähän enemmän. Kenkien korot valmisti Jylhän käsistään taitava isä. Kirvesmies kaatoi puut omasta koivumetsästä Pohjanmaalla. Suunnittelijat olisivat halunneet käyttää kierrätettyä nahkaa, mutta kirkkaita värejä oli todella vaikeaa löytää. Lisäksi se ei olisi välttämättä kestänyt kovaa käsittelyä ja kulutusta.

”Jalkinemuotoilussa hyvän lestin löytäminen on vähän vaikeampi juttu. Olemme onnistuneet saamaan käsiimme täydellisen lestin, joka tuntuu mukavalta jalassa. Eikä korkokaan ole päätähuimaava, se on vain 6,5 senttimetriä”, Jylhä kertoo.

Koska muotoilijoilla ei ollut omaa työhuonetta eikä tarvittavia työvälineitä, he saivat mahdollisuuden lainata muiden ammattilaisten laitteita. Kaksikko käytti **Tiina Sydänvaaran** ateljeen jämerämpiä nahalle tarkoitettuja ompelukoneita. Jylhä kävi tekemässä kenkien pohjat Iso Roobertinkadulla sijaitsevassa Pinkomossa. Suutarille he maksoivat vaivannäöstä mäyräkoiran verran olutta. Lämpiminä kesäpäivinä he työstivät jalkineita myös Tervasaaren puistossa.

Suunnittelijoiden työskentelyä on inspiroinut Slow design -ajattelu, jossa pyritään suunnittelemaan pitkäikäisiä ja laadukkaita tuotteita. Heidän käyttämänsä tekniikat ovat hitaita, niihin kuluneita työtunteja ei voi laskea. He haluavat tehdä uniikkeja erikoistilanteisiin tarkoitettuja jalkineita, joiden pintastruktuurit ja väriyhdistelmät ovat tavanomaisesta poikkeavia, jopa hillittömiä. Myös materiaalien on oltava kestäviä ja luonnonmukaisia.

Kuula + Jylhän Lighthearted-mallisto sopii mainiosti helsinkiläiseen Vaatelainaamoon, jonka kokoelmiin kenkiä pyydettiin

syksyllä. Liikkeen idea on poimittu Tukholman lukuisista vastavista konsepteista, joista voi lainata vaatteita ja asusteita jäsenmaksua vastaan. Tarjolla on lähinnä suomalaisten suunnittelijoiden luomuksia sekä vintagea. Vaatelainaamo on isku kertakäyttökulutusta ja paniikkiostoksia vastaan. Se kertoo hyvin tästä ajasta ja kulutustottumusten muutoksesta.

Ilmiö on vaikuttanut myös suunnittelijoiden näkemyksiin. Kuulan ja Jylhän mielestä muotoilijan ammatti on äärimmäisen ristiriitainen tällä hetkellä. Perinteisesti muotoilijan tehtävänä on ollut suunnitella uusia tuotteita, vaikka tänä päivänä niitä ei tarvita enää yhtään lisää.

”Vielä 2000-luvun alussa ei ollut pahuutta suunnitella lisää materiaa maailmaan. Viime vuosina sitä on pohdittu ja kyseenalaistettu paljonkin. Nyt muotoilu on menossa siihen suuntaan, että uniikit pienet sarjat ja käsityömaisyydet tulevat seuraavaksi”, Kuula pohtii.

Hitaan käsityön puolestapuhujat eivät tavoittele mallistolleen suurta levikkiä tai kaupallista massatuotantoa. Suunnittelijoiden haaveena on saada kenkiä esille näyttelyihin ja lehtikuvauksiin. Myös alan kilpailuihin osallistuminen houkuttelee. Keväällä syntyi kaksikon toinen kenkämallisto, joka on osa Kuulan maisteriopinnäytettä.

Kuula ja Jylhä sanovat olevansa huonoja myymään jalkinemarkkinoita, eivätkä he koe olevansa kovinkaan markkinointihenkisiä suunnittelijoita.

”Uskon että, ne jotka kiinnostuvat, niin myös löytävät kengät. Kun tekee sitä omaa juttuaan, niin kyllä ne sitten jossain vaiheessa markkinoi itse itseään”, Kuula sanoo.

He ovat suunnitelleet jalkineet sellaisille persoonille, joilla on tarpeeksi hullutteleva mieli. Parivaljakon Lighthearted-kengät sopisivat täydellisesti esiintyvälle artistille, esimerkiksi omintakeisesta tyylistään tunnetulle islantilaiselle **Björkille**. Ei tiedä, vaikka lähitulevaisuudessa Björkin postiluukulle tipahtaisikin karamellin sävyinen kenkäpari Suomesta. ■

www.kuulajylha.com

ESSI KUULA



7.2
JUTTU
NUMERO 2

Juttusarjan toinen artikkeli käsittelee vaatesuunnittelija Tuula Pöyhöstä. Juttu keskittyy henkilöön persoonana ja suunnittelijana. Monipuolisen ja vaiherikkaan suunnittelijauran jälkeen hän perusti oman vaatemalliston ja kotikaupan asuntonsa yhteyteen. Pöyhönen on omilla valinnoillaan suomalaisen vaatetusalan edelläkävijä ja omaehtoinen toimija. Ajankohtaiseksi jutun tekee erityisesti muotoilijan suunnittelema ensimmäinen vaate- ja asustemallisto Marimekolle ja osallistuminen omilla töillään Vantaan taidemuseon näyttelyyn, joka on osa World Design Capital Helsinki 2012 -vuotta.

Tuula Pöyhösellä on mielenkiintoisia mielipiteitä muotoilusta, suunnittelusta ja lifestylesta. Suunnittelijan väritaituruus ja tuotteiden muutokieli viehättävät. Pöyhösen uskollinen oman tien kulkeminen on johtanut yhteistyöhön suomalaisiksi kansallisinsti-tuutioksi muodostuneen Marimekon kanssa.

Suomalaisen tekstiiliteollisuuden katoaminen on johtanut siihen, että on syntynyt useita yhden tai kahden hengen pieniä yrityksiä ja niiden merkkejä. Ilmiö kertoo uudesta tekstiili- ja vaatetusalan suunnasta, jossa suunnittelijat suuntaavat persoonallisella tyyllillään sekä kotimaisille että kansainvälisille markkinoille.

Kirjoittaessani juttua, tavoitteenani oli tuoda esille Pöyhösen persoonaa ja hänen näkemyksiä omasta suunnittelutyöstä ja vaate-tusalasta. Olimme kuvanneet Pöyhösen vaaleaa asuntoa ja Onni-kotikauppaa opiskelutyönä tekemääni *Kaava*-lehteen kevättalvella 2010. Kun Pöyhösen kevään 2012 Marimekko-mallisto julkistettiin ja esiteltiin Japanissa lokakuussa 2011, vahvistui ajatus siitä, että haluan tehdä jutun juuri tästä moniosaajasta.

Jutun tulevia kuvia miettiessäni, tein tapani mukaisesti kuva-kollaasin, johon olin koonnut Internetistä löytämiäni inspiroivia kasvokuvia satunnaisista naishenkilöistä. Lähetin brüffauksen kuvaajalle, jolle Pöyhönen oli kuvauskohteena ennestään tuttu kuten myös paikkakin.

Haastattelu- ja kuvauspaikkana toimi Pöyhösen oma koti Kruununhaassa, jossa hän myös työskentelee. Tapasimme siellä vuoden 2012 tammikuuisena aamuna. Tapani mukaan olin lähettänyt kysymykset etukäteen. Pöyhönen oli jo aloittanut kysymyksiin vastaamisen tietokoneella kirjoittaen haastattelupäivän aamu-na. Valokuvaaja oli saapunut paikalle minua hieman aiemmin. Haastattelimme kodin ruokapöydän äärellä ja valokuvaaja kuvasi samalla Pöyhöstä. Annoin kuvaajalle täyden vapauden toteuttaa omaa näkemystään jutun visualisoinnissa. Tunnelma aamiaispöy-dässä oli mutkaton ja haastateltava suhtautui luontevasti tilantee-seen. Haastatteluun kului aikaa noin kaksi tuntia.

Kun olin purkanut haastattelun nauhurista, poimin pitkän tekstin joukosta mielenkiintoisimmat kohdat ja siteeraukset, joita suunnittelin käyttäväni. Aloitin jutun työstämisen tekstin rakenteen suunnittelulla. Mietin joka kappaleelle oman teeman, jota käsitte-len, esimerkiksi lapsuus, työtausta jne. Tulostin aina viimeisimmän muokatun tekstin ja luin sitä ääneen. Keino auttaa huomaamaan tekstin sujuvuuteen ja muuhun kieliasuun liittyviä epäkohtia. Jutun alkuun tein kuvausavauksen, jossa kertoja luonnehtii asuntoa ja sen yksityiskohtia. Juttu päättyy päähenkilön sitaattiin, jossa viitataan suunnittelijan persoonaan. Jutun otsikko *Vaiston varassa* syntyi jo kirjoittamisen alkuvaiheessa. Otsikko kuvaa Pöyhösen tapaa luot-taa vaistoonsa työssään ja elämässään ylipäättänsä.

Lähetin lähes valmiin tekstin kahdelle tutulle editoijalleni, jotka auttoivat sen parantamisessa. Muokatessani tekstiä saamieni kom-menttien mukaisesti, poistin liian kuvailun ja adjektiivit. Lisäksi yksinkertaistin lauserakenteita ja muutin sitaatteja sujuvimiksi ja ymmärrettävimmiksi. Lähetin valmiin jutun tarkastettavaksi ja hyväksyttäväksi Tuula Pöyhöselle. *Vaiston varassa* -artikkelista tuli juttusarjan pisin, noin 9000 merkkiä (sisältäen välilyönnit).

Jutun ulkoasu syntyi suhteellisen helposti ja nopeasti. Mietin jutun kuvat ja niiden määrän, tekstinoston, kirjaintyylin jne. Valit-sin parhaimmat kolme kuvaa Pöyhösestä sekä kaksi aikaisemmin valokuvaajani ottamaa kuvaa suunnittelijan kodin yksityiskohdis-ta. Tummasävyiset ja yksilölliset kuvat henkilöstä tuovat juttuun uuden kerroksen. Persoonaan keskittyvässä artikkelissa, tuotekuvat eivät tuntuneet tarpeellisilta. Pöyhösen mallistot ovat helposti nähtävissä verkossa.

VAISTON VARASSA

Vaatesuunnittelija Tuula Pöyhönen
rentoutuu töitä tekemällä ja
potee Afrikka-kuumetta.

TEKSTI HEIDI KOSKI • KUVAT FEDERICO ORTEGON



Kyseessä ei ole mikä tahansa Kruununhaan kerrostalo-asunto. Entiseen Silmun neuletehtaaseen rakennettuun asuntoon astutaan sisään suoraan kadulta. Eteishalissa vierailijan vastaanottavat seinälle ripustetut esikoispojan ja aviomiehen yhdessä veistämät puupääkallot. Eteisessä on myös perheen äidin, vaatesuunnittelija **Tuula Pöyhösen**, 45, kotikauppa Onni, jossa on esillä hänen oma vaate- ja asustemallistonsa.

Täysin valkoiseen loft-tilaan väriä tuovat kotikaupan tuotteet sekä olohuoneen kirjapinot ja lelut. Touhukkaan ja luovan perheen asunnossa yhdistyy puhdas valkoisuus ja hillitty rosoisuus. Puiet voimistelurenkaat ja köysi roikkuvat olohuoneen katosta. Huomio kiinnittyy valkoiseen pehmeälinjaukseen nojatuoliin, jonka nahkapinta on arvokkaasti kulunut. Se on kirpputorilöytö, jonka asukkaat ovat maallaneet mieleisekseen. Olohuoneesta avautuvat pariovet johdattelevat isoon keittiötilaan, jota hallitsevat puinen ruokapöytä ja suunnittelijan kaksi ompelukonetta.

Pöyhönen keittää teeveden valkoisessa Pehtoori-pannussa ja tarjoaa aamiaiseksi mustikoita, myslä ja jogurtia. Rentoutuneen oloinen suunnittelija on palannut juuri Etelä-Afrikan lomalta. Hän on pukeutunut päällensä Marimekolle suunnitteleman mustan pelilavamekon ja jalkaansa vaaleat villasukat. Koti on nyt hiljentynyt. Lapset ovat lähteneet kouluun ja aviomies töihin.

Amiaispöydässä Pöyhönen kertoo ensimmäisestä Marimekko-mallistostaan. Hän sai tehdä töitä yhdessä Marimekon innostavan tiimin kanssa. Hänellä oli täysi vapaus suunnitteluvaiheessa.

”Ompelin itse prototyypit, niin kuin usein teen. Se on todella antoisaa, koska siinä syntyy erilaisia ratkaisuja kuin piirtämällä suunniteltaessa.”

Yksiväriset Iso-Sopu- ja Pikku-Sopu -vaatemallistot ovat osa Pöyhösen kevään 2012 Marimekko-kokoelmaa. Lisäksi mukana ovat Lappi-aiheiset trikoovaatteet sekä värikäs Normi-laukkusarja. Tulevassa kesämallistossa on hänen suunnittelemaansa voimakas-kuosisia mekkoja ja laukumallisto luonnonvärisestä pellavasta.

Yhteistyö suomalaisen printtitalon kanssa alkoi puolitoista vuotta sitten. Vaikka Pöyhönen sanoo, ettei hänellä ole tapana haaveilla, hän tunnustaa unelmoineensa siitä, että jonain päivänä saisi suunnitella malliston Marimekolle. Joitakin vuosia sitten suunnittelija otti yhteyttä Marimekkoon, mutta turhaan. Hän ei lannistunut, vaan jatkoi sitkeästi. Lopulta sinnikkyys palkittiin.

Pöyhönen vietti lapsuutensa Jyväskylässä. Hän varttui, Karjalasta kotoisin olleen, hoitotädin hoivissa sillä aikaa kun vanhemmat kävivät töissä. Perhe asui Saunatiellä Valmetin tehtaan työntekijöille rakennetussa kerrostalossa. Tunnelma oli yhteisöllinen. Tien päässä oli saunarakennus, jossa tehtaan työntekijöillä oli tapana käydä saunomassa aina lauantaisin.

Pöyhösen lahjakkuus näkyi jo koulussa. Hän muistaa opettajan sanoneen, että ei sinun tarvitse mennä ammatinvalintatesteihin, sinustahan tulee taiteilija.

Teini-iässä hän mietti hetken teatterilavastajan ammattia, mutta pian pehmeät materiaalit alkoivat kiinnostaa. Lukion jälkeen hän opiskeli vuoden kudontaa Kuopiossa. Sitten matka jatkui pääkaupunkiin. Pöyhönen suoritti kursseja Helsingin yliopiston käsityöteiden laitoksella yhden lukuvuoden, kunnes pääsi opiskelemaan vaatesuunnittelua Taideteolliseen korkeakouluun.

”Kiinnostavinta on havaita ilmiöitä tai trendejä siinä vaiheessa, kun niillä ei ole vielä nimiä.”

Vuoden 1994 taiteen maisteriksi valmistumisen jälkeen Pöyhönen työskenteli suomalaisissa yrityksissä kuten R-Collectionilla, Stockmannilla, Skannossa ja Luhta Homella. Hänellä kertyi kokemusta suunnittelijana niin nuorisovaatteista kuin myös kodin pienesineistä ja silkkimatoista.

Pöyhönen työskenteli M.A.S.I Companyn Lee Cooper -farkku-merkillä 2000-luvun puolivälissä. Toisen äitiyslomansa aikana työn sisältö oli muuttunut eikä tehtävät olleet enää tarpeeksi haastavia.

”Farkkumuoti oli sillä hetkellä sellaista, että käytännössä suunnittelin erilaisia takataskujen koristetikkauksia. Se tuntui turhautavalta.”

Suunnittelijan oli mietittävä tulevaa suuntaa elämässä. Oman Onni-merkin synty oli käännekohta sekä ammatillisella että henkilökohtaisella tasolla.

Onni-malliston vaatteet ja asusteet ovat oivaltavia, jopa humoristisia. Valikoimaan kuuluu muun muassa raidallisia trikoovaatteita, korkeakorkoisia puukenkiä ja muhkeita täkkitakkeja. Niissä on nähtävissä leikittelevän pehmeä muotokieli ja taitava värien käyttö. Tuotteissa yhdistyvät moderni skandinaavisuus ja japanilainen leikkisyys.

Vuonna 2009 Onni-kaupan pitäminen Punavuorella osoittautui vuoden kokeilun jälkeen liian kalliiksi. Samalla kodin neliöt olivat päivisin tyhjiään aivan turhaan. Pöyhönen sai idean harjoittaa ammattiaan kotona, niin kuin ennen vanhaan käsityöläisillä oli tapana.

”Aviomieheni sanoi, että jos joskus menee oikein huonosti, voitthan sinä tässä kotona tehdä töitä. Se ratkaisu tuntui erittäin hyvältä”, Pöyhönen muistelee.

Onni-myymlä sekä työhuone muuttivat perheen asuntoon. Kahden pienen pojan äitinä hän pystyi työskentelemään kotona ja sai samalla ammatillisen itsetuntonsa takaisin.

Pöyhöselle vuosi 2010 oli merkittävä. Hän osallistui tuotteillaan New Yorkissa pidettyyn Straightforward – New Finnish Design



-näyttelyyn. Suunnittelija oli myös mukana Japanin markkinoille suunnatussa suomalaisen muotoilun Hirameki-vientihankkeessa, jonka kautta hän sai agentin. Toistaiseksi vientihanke ei ole edennyt, koska samoihin aikoihin syntyi yhteistyökuvio Marimekon kanssa.

Pöyhösen tavoitteena on suunnitella laadukkaita ja kestäviä tuotteita, jotka hyvillä tai poikkeavilla ominaisuuksillaan puolustavat paikkaansa tavarataivaassa. Muotoilijan mielestä ideoiden haistelussa ja tekoprosessissa tärkeintä on seurata omaa vaistoa ja luottaa siihen.

”Kiinnostavinta on havaita ilmiöitä tai trendejä siinä vaiheessa, kun niillä ei ole vielä nimiä. Innostun myös lähellä olevista ihmisistä ja asioista. Pienet lauseet jossain jonkun sanomana suuntaavat ajatukset kokonaan uuteen maailmaan.”

Pöyhönen kertoo omaavansa hyvän rytmitajun, joka ilmenee hänen töissään muotojen ja suhteiden rytmikassa.

”Suunnitellessani ymmärrän missä suhteessa on liikettä ja miten värien massat vaikuttavat toisiinsa, tai mitkä suhteet tuntuvat sopusointuisilta ja mitkä ristiriitaisilta.”

Suomessa tekstiiliteollisuus on lähes kuollut tai ainakin kituvaa. Pöyhösen mukaan juuri valmistuneilla suunnittelijoilla ei ole ollut muuta mahdollisuutta kuin perustaa oma yritys. Nuoret lahjakkuudet ovat oivaltaneet sen, että omaleimaisuus kannattaa ja siihen tulee pyrkiä. Hän peräänkuuluttaa valtion ja muiden tahojen rahallista tukea suomalaiseen muotoiluun.

”Muistan rehtori **Yrjö Sotamaan** puhuneen eräässä paneelikeskustelussa siitä, miten Suomi-ihme saatiin aikaiseksi 1950–60-luvuilla. Valtion panos oli merkittävä muotoilijoiden



*”Taiteen tehtävä on
herättää ajatuksia ja luoda
uutta. Teollinen puolestaan
monistaa asioita ja tuo ne
useiden ulottuville.”*



osallistumisissa Milanon Triennaaleihin. Lähemmiltä vuosilta, 1980-luvulta, hyvänä esimerkkinä voi mainita Belgian, jossa valtio päätti vahvistaa kotimaista vaateteollisuutta suuntaamalla tuen suoraan suunnittelijoille. Syntyi 'Belgian kuutoset' ja siitä seurannut antwerpeniläisen muodin ilmiö."

Kuudesta suunnittelijasta koostuneessa ryhmässä, johon kuului muun muassa Pöyhösen arvostama kultisuunnittelija **Martin Margiela**, korostui yhdessä tekemisen voima ja määrätietoisuus. Tällaista mallia voisi soveltaa myös Suomessa.

Tällä hetkellä Pöyhönen keskittyy täysin Marimekolle suunnittelemiseen, ja kotikaupan toiminta on jäänyt sivummalle.

"Olen miettinyt, että tuskin pelkillä Lee Cooperin koristelluilla taskunäyttelillä olisin vakuuttanut Marimekon väkeä. Luulen, että asiaan vaikutti Onni-tuotteet ja osallistuminen **Mari Savion** ja **Kati Rapien** *Surrur – Tee oma Marimekkosi* -kirjaan", Pöyhönen pohtii.

Marimekolle työskentely ei ole rajoittanut suunnittelijan luomiseen liittyvää vapautta. Taiteellisuus ja kaupallisuus eivät ole hänen mielestään vastakohtia vaan kuuluvat parhaimmillaan yhteen.

"Taiteen tehtävä on herättää ajatuksia ja luoda uutta. Teollinen puolestaan monistaa asioita ja tuo ne useiden ulottuville."

Ehtiväinen Pöyhönen on suunnittelemillaan ja valmistamillaan

jättimäisillä trikoonukeilla mukana Vantaan taidemuseon Kauneus – 6 näytöstä -näyttelyssä, joka on osa World Design Capital Helsinki 2012 -vuoden tapahtumia. Näyttely esittelee suomalaisten muotoilijoiden ja taiteilijoiden töitä.

Aamiaisen jälkeen Pöyhönen esittelee Etelä-Afrikan matkalta ostamiaan perinneasuja kodin eteisessä. Hän ei voinut vastustaa afrikkalaisia tekstiilejä, joita paikalliset naiset myivät sillan alla sijainneella torilla. Matkalaukku täyttyi kirjavan värikkäistä ja kuviollisista mekoista. Afrikkalaiset aarteet toimivat mahdollisesti inspiraationa suunnittelijan seuraavalle Marimekko-mallistolle.

Arkisin Pöyhönen aloittaa työnteon, kun koti tyhjenee. Työprosessin vaiheesta riippuen, hän piirtää, kaavoittaa tai ompelee. Jotta perheen arki sujuu, siinä sivussa hän siivoaa sekä täyttää ja tyhjentää pyykkikoneita. Suunnittelija nauttii hiljaisuudesta, äänettömästä tilasta ja työnteon rentouttavasta vaikutuksesta. Hän tarttuu vauhdikkaasti mahdollisuuksiin ja uskoo intuitioon. "Olen aika impulsiivinen ja pyrin toteuttamaan asioita tässä ja nyt sitä mukaan kun tilanteita tulee vastaan. Parasta on se, mitä juuri nyt voi antaa ja saada", hän sanoo. ■

www.onni.eu

Kauneus - 6 näytöstä -näyttely

Vantaan taidemuseossa 10.2. – 4.8.2012.

7.3
JUTTU
NUMERO 3

Juttusarjan kolmannen artikkelin aiheena on muotoilija Mikko Koivisto, joka on erikoistunut palvelukonseptien suunnitteluun ja kehittämiseen. Hän on oman alansa suunnannäyttävä, ja ollut mukana monissa palvelumuotoiluprojekteissa. Aikaansaava Koivisto on myös kirjoittanut kirjoja ja opettanut aiheesta. Selkeänä tavoitteenani oli kirkastaa jutussa mitä palvelumuotoilu on ja kertoa siitä ymmärrettävästi konkreettisen esimerkin avulla. Palvelumuotoilu edistää ihmisten hyvinvointia ja arkea kehittämällä toimivampia palveluja. Se on varsin uusi muotoilun alue ja aineettomuuden vuoksi se on usein vaikeasti selitettävissä.

Mikko Koivisto on kiistämättä suomalaisen palvelumuotoilun asiantuntija. Aihe on erityisen ajankohtainen keväällä 2012. World Design Capital Helsinki 2012 -vuosi on kiihdyttänyt eri palvelumuotoiluhankkeiden aloittamista. Teeman valintaan vaikutti muun muassa se, että opinnäytteeni tutkimusten tuloksista tuli ilmi, että esinemuotoilua aineettomampi palvelumuotoilu on yksi nouseva muotoilun osaamisala. Esimerkiksi haastattelemani toimittajat puhuivat aiheesta. Kiinnostukseni, minulle varsin tuntemattomaksi jäänyttä, palvelumuotoilua kohtaan kasvoi. Seuraavaksi selvitin kuka on alan ammattilainen, jota voisin haastatella tai jolta saisin tietoa meneillään olevista palvelumuotoiluprojekteista.

Jutun sisältöä ja haastattelukysymyksiä suunnitellessani, etsin taustatietoa palvelumuotoilusta ja Mikko Koivistosta, lähinnä Internetistä. Pikkuhiljaa minulle muodostui myös selkeä visio kuvituksesta. Lähetin valokuvaajalleni kolmannen kokoamani kuvakollaasin, jossa oli toimistoissa ja muissa työtiloissa kuvattuja mieshenkilöitä. Olin poiminut kuvat ulkomaalaisista tyyliblogeista kuten Backyard Bill -nimiseltä sivustolta.

Lähetin kysymykset etukäteen sähköpostitse pari päivää ennen haastattelua, mistä kiireinen Koivisto oli mielissään. Tapasimme maaliskuun alussa 2012, jolloin paikkana oli Koiviston Helsingin Punavuoreessa sijaitseva toimisto. Valokuvaaja tuli paikalle myöhemmin ja kuvasi Koivistoa samalla kun tein haastattelua. Olimme varanneet aikaa haastattelulle yhden tunnin, mutta ylitimme sen reilusti. Koivisto kertoi perusteellisesti ja opettajamaisella otteella palvelumuotoilusta. Haastatteluympäristö oli hieman levoton, koska tilassa oli samaan aikaan muitakin henkilöitä. Valkoinen tila isoine ruutuikkunoineen toimi täydellisesti kuvien taustana.

Haastattelun purkaminen nauhurista oli todella aikaa vievää. Poimin huolellisesti oleellimmat asiat, joihin halusin keskittyä.

Mietin tekstin kappaleille teemat, joita olivat esimerkiksi päähenkilön tausta, palvelumuotoilun määrittely ja suunnitteluprosessi. Haastattelusta kertynyttä materiaalia oli monta liuskaa. Vaikka mielenkiintoista tietoa oli kertynyt todella paljon, juttu oli rajattava tarkasti. Jutun avaukseen sijoitin sitaatin, joka sisältää kielikuvan. Loppuun kirjoitin kertojan viittauksen palvelumuotoilun alaan ja sen tulevaisuuteen.

Lähes valmista juttua editoi tavan mukaisesti kaksi henkilöä. Kommenttien jälkeen yksinkertaistin muutamia lauseita ja vaihdoin joidenkin kappaleiden paikkaa, jotta rakenteesta tulisi johdonmukaisempi. Otsikkovaihtoehtoja oli muutama, josta yhdestä toinen editoijistani jalosti lopullisen otsikon *Muotoilua ja empatiaa*. Muokkasin tekstiä vielä viimeistelyvaiheessa ja poistin turhaa toistoa. Valmiista jutusta tuli noin 7000 merkin (sisältäen välilyönnit) pituinen.

Jutun lopullinen ilme syntyi kuvista, tekstistä, kirjaintyylistä, tekstinostosta ja sommittelusta. Valitsin selkeälinjaiseen taittoon kaksi parasta kuvaa Koivistosta. Sekä läheltä otetun kasvokuvan että kauempaa kuvatun valokuvan, jossa näkyy enemmän taustaa ja päähenkilö kokonaisuudessaan.

MUOTOILUA JA EMPATIAA

Suomi on kirinyt palvelumuotoilun
suunnannäyttäjäksi. Mistä palveluiden
muotoilussa oikeastaan on kyse?
Sen kertoo alan ekspertti Mikko Koivisto.

TEKSTI HEIDI KOSKI • KUVAT FEDERICO ORTEGON





”

Palvelumuotoilija on kuin elokuvaohjaaja, joka miettii elokuvan kulun, draaman kaaren ja minkälaisia rooleja siinä on.”

Mikko Koivisto, 35, istuu kinuskin sävyisessä Karuselli-tuolissa ja kertoo erikoisalueestaan. Punavuorella sijaitsevan Diagonalsuunnittelutoimiston korkea loft-tila isoine ruutuikkunoineen on toiminut aikoinaan **Spede Pasasen** kuvausstudiona. Valkoinen verho jakaa tilan kahtia. Toisella puolella työskentelee toimiston väki ja sisäänuloaulan puolella on Suomen ensimmäinen muotoilugalleria Köln Im Studio.

Koivisto kuuluu palvelumuotoilun etujoukkoihin. Useissa eri toimistoissa työskennelleelle Koivistolle tarjottiin viime vuoden lopulla osakkuutta Diagonalista ja mahdollisuutta rakentaa oma tiimi. Toiminta on käynnistynyt hyvin: Koivisto on työstänyt samanaikaisesti viittä eri projektia kevään aikana. Suomalaiset yritykset ja organisaatiot ovat heränneet kohentamaan palvelukonseptejaan.

Britannia ei ole enää alan edelläkävijä vaan Helsinki, jossa on jo neljä aiheeseen erikoistunutta toimistoa.

”Palvelumuotoilu on nimensä mukaisesti palvelujen ja asiakaskokemusten suunnittelua, jossa korostuu käyttäjän näkökulma. Se on sekä analyyttistä tutkimuksen tekoa että luovaa palveluratkaisujen konseptointia. Keskeistä on se, että käyttäjät pyydetään mukaan luomaan palvelua yhdessä suunnittelijoiden kanssa”, Koivisto kertoo.

Koivisto vietti lapsuutensa Vaasassa, perheen keskimmäisenä lapsena ja ainoana poikana. Kahden siskon välissä hänestä kehittyi joustava diplomaatti, josta on hyötyä hänen työssään tänä päivänä. Hän leikki legoilla kuten muutkin lapset, mutta intohimon kohteena olivat erityisesti risteilyalukset. Tuleva muotoilija piirsi erilaisia loistoristeilijöitä niiden pieniä yksityiskohtia myöten. Koivisto ei ollut kuullutkaan muotoilusta

”Tässä työssä on hyvä pystyä eläytymään erilaisten ihmisten asemaan.”

ennen yläastetta. Kannustava kuvataideopettaja lähetti nuorukaisen Länsi-Suomen muotoilukeskus Muovaan, jossa hän ymmärsi ensimmäistä kertaa mitä muotoilu todella on.

Koivisto opiskeli tuotemuotoilijaksi Hämeenlinnan ammatti-korkeakoulussa. Matka jatkui Helsinkiin, jossa hän aloitti teollisen muotoilun maisteriopinnot Taideteollisessa korkeakoulussa vuonna 2002. Viimeiset opiskeluvuodet muuttivat muotoilijaa, joka oli aikaisemmin keskittynyt tuotteiden, konkreettisten esineiden, suunnitteluun.

Ensikosketuksen käyttäjälähtöiseen muotoiluun hän sai Finnairille tehdystä opiskeluprojektista. Nuorten muotoilijoiden tehtävänä oli suunnitella bisnesluokan uudet astiat yhtiön Euroopan lennoille. Ryhmä keräsi käyttäjätietoa monin eri menetelmin, esimerkiksi haastatteleamalla usein lentäviä matkustajia. He huomasivat, että muotoilemalla vain astiat, he eivät täyty niitä asiakastarpeita, joita he löysivät keräämänsä tiedon avulla. Heidän olisi pitänyt aluksi suunnitella palveluprosessi ja sitten vasta mietittävä mitä esineitä sen tuottamiseksi tarvitaan.

Koivisto keskittyi nousevaan muotoilun osaamisalaan ja syvenyi siihen myös opinnäytteessään. Hän sai myytyä lopputyönsä aiheen Finnairille, jonka kustannuksella hän lensi ympäri Eurooppaa ja haastatteli palvelumuotoilun erikoistuntijoita. Uurastuksen jälkeen hän valmistui taiteen maisteriksi vuonna 2007.

Yrittäjyyden lisäksi aikaansaava mies on toiminut konsulttina, opettanut eri korkeakouluissa sekä toimittanut palvelumuotoiluaiheisia kirjoja. Kaiken lisäksi Koivisto valittiin mukaan kansainvälisen designsäätiön hallitukseen, joka luotsaa World Design Capital Helsinki 2012 -vuotta. Hän on saanut vaikuttaa pääkaupunkiseudun palvelumuotoiluhankkeiden käynnistämiseen.

Palvelumuotoilun juuret ulottuvat 1990-luvun Saksaan. Vuonna 1994 **Birgit Mager** aloitti maailman ensimmäisenä palvelumuotoiluprofessorina Kölnin International School of Designissa. Mager on edelleen alansa suunnannäyttäjä, jonka toimia ja kirjoittamista Koivisto seuraa säännöllisesti.

Koiviston mukaan yleinen harhakäsitys on se, että palvelumuotoilu luullaan olevan palveluihin linkittyvää esineiden, tilojen tai graafisten elementtien suunnittelua, esimerkiksi opasteiden muotoilua.

Ennen kuin Koivisto aloittaa uuden projektin, hänen on ymmärrettävä toimeksiantajan eli asiakkaan toiveita ja tavoitteita. Sen jälkeen käynnistetään käyttäjätutkimus. Se ei tapahdu toimistossa istuen, vaan kentällä haastatellen ihmisiä eli palvelun käyttäjiä.

”Tässä työssä on hyvä pystyä eläytymään erilaisten ihmisten asemaan. Esimerkkinä tupakoitsijat ja rahapeliä pelaajat, jotka ovat olleet viimeisimpien projektimme kohteina. Meidän on ymmärrettävä, mitä he tavoittelevat ja miksi he toimivat tietyllä tavalla.”

Haastatteluista seuraava askel on konseptointi, jossa suunnittelija luo uudenlaisia palveluajatuksia tai parannuksia tuoden arvoa sekä käyttäjille että palveluntarjoajalle. Prosessin kolmas vaihe on tuotanto, jossa esimerkiksi suunniteltu verkkopalvelu koodataan ja tehdään valmiiksi. Lopulta palvelu lanseerataan ja jalkautetaan osaksi organisaation toimintaa.

Koiviston mielestä työn isoimpana haasteena on juuri se, miten lopputuotos jalkautetaan yrityksen toimintakulttuuriin ja henkilökunnan käyttöön. Muotoilijan on totuttava myös siihen, että palvelu ei ole koskaan täysin valmis.

Yksi konkreettinen esimerkki palvelumuotoilun projekteista on Helsingin yliopiston uusi kirjasto Kaisaniemessä.

Koivisto on ylpeä projektista, jota on saanut tehdä kokonaisvaltaisesti puolentoista vuoden ajan. Muotoilija on kehitellyt tiimeineen kirjastolle uusia palveluja sekä yhdenmukaistanut olemassa olevia käytäntöjä. He ovat suunnitelleet muun muassa opintopiirin, joka tarjoaa opiskelijoille erilaisia metodeja työskennellä tehokkaammin. Ryhmätyötila tukee opiskelua huomioimalla erilaiset oppijatyyppit. Tulossa on myös mobiilipalvelu, joka tarjoaa muun muassa yleisen infon ja hakuohjelman lisäksi lainauskuitit sähköisinä. Kaikki uudet palvelut ovat käytössä Kaisa-talossa ja muissa kirjaston yksiköissä viimeistään tämän vuoden elokuussa.

Työssä muotoilijaa ajaa eteenpäin oppimisen halu sekä ehtymätön uteliaisuus uusia asioita kohtaan. Koiviston ja kumppaneiden päämääränä on, että Diagonal olisi palvelumuotoilun arvostetuin toimija Suomessa muutaman vuoden päästä. Ammattilaisille eivät riitä pelkästään kotimaan kentät, vaan heidän tavoitteenaan on kansainvälistyminen. Kasvavalla muotoilun osaamisalueella on tilausta. Yhdessä palveluita kehittämällä edistetään arkielämän laatua ja näin ihmisten hyvinvointia. ■

8. LOPUKSI

Opinnäytteeni tutkimusten tulosten perusteella näyttää siltä, että koukuttava aloitus, rakenteen selkeys, tarinan sinetöivä lopetus, jutun viimeistely ja laadukkaat kuvat muodostavat onnistuneen muotoilujutun kokonaisuuden. Selvää on myös se, että henkilöhaastattelu on yksi yleisin juttutyyppi lehdissä. Usein muotoilujutujen päähenkilöinä ovat ajankohtaiset suomalaiset suunnittelijat tai muut tekijät muotoilun alalta. Viime vuosina muotoilun käsite on laajentunut ja journalismissa sitä on lähestytty erityisesti hyvinvointia edistävänä ja osana arkipäiväämme. Esinemuotoilun rinnalle on tullut myös aineettomiin asioihin keskittyntä suunnittelua kuten palvelumuotoilu.

Kun katsotaan taaksepäin, suomalainen muotoilujournalismi on ollut selkeästi aikakauslehtiin painottunutta. Siitä kertovat taideteollisuutta ja muotoilua käsittelevien erikoisajakakauslehtien reilu sadan vuoden historia. Pitkään toimineet *Kaunis Koti* ja myöhemmin *Muoto* ovat esimerkkejä muotoilulehdistä, jotka ovat puhutelleet sekä ammattilaisia että tavallisia lukijoita.

Suuren yleisön sisustuslehdet ilmentävät muotoilujournalismia muotoilijahenkilökuvien, trendikatsausten ja esinekokonaisuuksia esittelevien palstojen kautta. Meneillään oleva World Design Capital Helsinki 2012 -vuosi on vilkastuttanut muotoilun esiintyvyyttä mediassa. Tapahtumaa on juhlistettu julkaisemalla designiin keskittyviä kertajulkaisuja ja erikoisnumeroita. Tällä hetkellä ei ole kuitenkaan designiin erikoistunutta, säännöllisesti ilmestyvää ja ammattilaisille suunnattua, aikakauslehteä. Olisiko uusi alan julkaisu vastaus muotoilujournalismin ylläpitämiselle ja kehitykselle?

Printtijournalismin haasteita ovat lehtien levikkien lasku, lisääntyvä kilpailu ja digitaalinen siirtymä, jotka koskettavat myös muotoilujournalismia. Murrokseen vaikuttaa myös lukijoissa tapahtuva muutos. Printtilehtien uskollinen kohderyhmä vähenee, ja samalla nuoret lukijat ovat tottuneet löytämään uutiset verkosta.

Onko esimerkiksi erikoistuminen ja keskittyminen sisällön laatuun ratkaisu aikakauslehtien selviämiseksi? Elämme niin varhaisessa digitalisoitumisen vaiheessa, että aikakauslehdet eivät vielä tiedosta kaikkia Internetin tarjoamia mahdollisuuksia. Uusi mielenkiintoinen ilmiö on joukkoistaminen, jossa lukijat kutsutaan osallistumaan lehtien sisällön suunnitteluun ja tuottamiseen. Journalismia voi tehdä kuka tahansa.

Kaikesta huolimatta aikakauslehdillä on ollut ja tulee olemaan myös esineellinen arvo. Ja tulevaisuudessa ulkoasuun panostamalla ne alkavat muistuttamaan yhä enemmän kirjallisuuden teoksia.

Jos muotoilujournalismia tarkastellaan kirjoittajan näkökulmasta, kannattaako toimittajien erikoistua. Kun haastattelin muotoiluun keskittyneitä journalisteja, esille nousi kahdenlaista näkemystä. Julkaisujen vähyys ja lehtien koveneva kilpailu vaikuttavat siihen, että muotoilutoimittajan on kirjoitettava laaja-alaisesti

muistakin kulttuurin aiheista. Toisaalta designin alalta kaivattaisiin muotoilijoita, jotka asiantuntijan roolissa näkisivät myös tuotteen taakse ja näin kirjoittaisivat aiheesta syvemmin.

Olisi mielenkiintoista selvittää, mikä on joka toinen vuosi jaettavan Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon merkitys vuonna 2012. Toimittajien keskuudessa kilpailu on tunnettu, mutta se ei ole tullut suuren yleisön tietoisuuteen. Onko se vakiinnuttanut asemansa ja päässyt tavoitteeseensa eli nostaa muotoilusta kirjoittamisen tasoa ja arvostusta. Entä riittääkö kilpailulle tarpeeksi osallistujia tai juttuja, jotka ovat sisällöltään sellaisia, joita järjestäjät ja jury toivoisivat.

Tämän opinnäytteen tekeminen on ollut melkoinen opintomatkan muotoilujournalismin ja jutun rakentamisen keinoihin. Juttusarjani heijastaa saamiani tuloksia ja tapaani kertoa suomalaisen muotoilun kentästä ja siellä toimivista tekijöistä. Olen tyytyväinen juttusarjaani, jonka tein varsin rajallisessa ajassa. Artikkelit toteutuivat, niin kuin olin alussa suunnitellutkin. Jutut ovat vapaasti editoitavissa, esimerkiksi tiivistettävissä tai muuten muokattavissa, sitten kun ne mahdollisesti julkaistaan.

Tämän matkan aikana olen oppinut tuntemaan itseni kirjoittajana ja tiedostamaan vahvuuteni ja heikkouteni. Editioijilta saamistani palautteista päätellen, hallitsen esimerkiksi jutun rakenteen, mutta ilmaisuvoimassani olisi vielä kehitettävää. Hyvän henkilöjutun syntymiseen tarvittava asiantuntemus ja syvälliseen taustatyöhön pohjautuva kirjoittaminen kertyvät vuosien kokemusten jälkeen. Kirjoittajana en ole koskaan valmis. Aina on jotain kehitettävää. Juttusarjani artikkeleilla ei välttämättä voiteta Muotoilujournalismin Vaasa-palkintoa, mutta ne ovat työnäytteitä aloittelevalle muotoilutoimittajalle.

Juttusarjaani tehdessä, huomasin nauttivani erityisesti haastatteluiden tekemisestä. Siinä kiehtoo uusien ihmisten tapaaminen sekä eri tilanteisiin ja ympäristöihin tutustuminen. Lisäksi kiinnostukseni aikakauslehden visuaalista muotoilua kohtaan vahvistui entisestään. Opin myös tarttumaan jutun tekoon nopeammin ja ymmärtämään omien taitojeni rajallisuuden. Mieleeni on jäänyt toimittaja Anne Veinolan käyttämä sanonta ”inspiraatio on amatööreille.” Deadlinet eivät odota toimittajaa.

Opinnäytteessä olen pohtinut suomalaista muotoilujournalismia ja sen olemusta. Olen tarkastellut myös hyvän jutun elementtejä, kirjoitusprosessia ja muotoilutoimittajuutta. Työni merkitys on se, että olen koonnut yhteen asioita, jotka ovat olleet ennen erillisinä, niin sanotusti omissa laatikoissaan. ■

ALAN SANASTOA

Briiffaus Ohjeistaminen, ohjeistus, informaatiotilaisuus, selonteko.

Editointi Journalistisen aineiston viimeistely julkaisukuntoon esimerkiksi muokkaamalla, lyhentämällä ja tiivistämällä.

Editorial-kuvat Lehden toimituksellinen muotokuva, joka ei ole mainos.

Feature-juttu Pohjautuu uutistapahtumaan, mutta on sisältönsä puolesta uutista ajattomampi ja monipuolisempi, kertova kirjoitus.

Ingressi Jutun alkuun sijoitettu ydin tai johdantoteksti.

Joukkoistaminen (Crowdsourcing) Toimintaa, jossa työ, jonka perinteisesti on tehnyt erikseen nimetty toimija, tavallisesti palkattu työntekijä, ulkoistetaan suurelle joukolle ihmisiä, avoimen kutsun kautta.

Juttusarja Kahden tai useamman peräkkäisessä järjestyksessä julkaistavan, samaa aihepiiriä käsittelevän jutun kokonaisuus.

Kainalojuttu Taustajuttu tai journalistinen mielipide tai kommentti, joka sisältönsä kannalta erotetaan varsinaisesta tekstistä taittamalla se pääjutun ”kainaloon” tai omaan laatikkoon.

Levikki Lehden maksullisten numeroiden keskimääräinen summa.

Tautologia Kielellinen ilmaisu, joka (häiritsevästi) toistaa aiemmin sanotun.

Tekstinosto Noston avulla leipätekstistä korostetaan jokin sitaatti herättämään lukijan mielenkiinto.

LÄHTEET

PAINETUT LÄHTEET

- Aho, Arja** 2012. *Tuote on onnistunut, kun se toimii*. Helsingin Sanomat 4.3, D-osa.
- Aro, Jessikka** 2011. *Lukija lehdenteossa*. Journalisti (16), 16.
- Helle, Merja** 2009. *Journalistisen työn muutos*. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim.) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus, 91–111.
- Kettunen, Ilkka** 2001. *Muodon palapeli*. Helsinki: WSOY.
- Kippo, Johanna** 2011. *Petaamattoman sängyn vetovoima*. Helsingin Sanomat Nyt-liite (13), 29.
- Korvenmaa, Pekka** 2009. *Taide ja teollisuus. Johdatus suomalaisen muotoilun historiaan*. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 88,
- Kotilainen, Lauri** 2003. *Parempi lehtijuttu*. Jyväskylä: Inforviestintä.
- Kruskopf, Erik** 1989. *Suomen taideteollisuus: suomalaisen muotoilun vaiheita*. Helsinki: WSOY.
- Kuisma, Kristiina & Rätty, Panu & Töyry, Maija** 2008. *Editointi aikakauslehdessä*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu ja IADE.
- Kuutti, Heikki & Puro, Jukka-Pekka** 1998. *Mediasanasto*. Jyväskylä: Atena Kustannus.
- Kuutti, Heikki** 2006. *Uusi mediasanasto*. Jyväskylä: Atena Kustannus.
- Lundberg, Tom** 2001. *Kirjoita, vaikuta, menesty!*. Helsinki: WSOY.
- Malmberg, Raili** 1991. *Naisten ja kotien lehdet aikansa kuvastimina*. Teoksessa Tommila, Päiviö (toim.) *Suomen lehdistön historia 8: yleisaikakauslehdet*. Kuopio: Kustannuskiila, 191–291.
- Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi** 2009. *Media markkinoilla*. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Ryynänen, Toni** 2009. *Median muotoilema: muotoilun mediajulkisuus suomalaisessa talouslehdissä*. Väitöskirja. Taloustieteen laitos. Helsingin yliopisto.
- Rätty, Panu** 1998. *Henkilökuva ajan kuvana*. Teoksessa Kantola, Anu & Mörä, Tuomo (toim.) *Journalismia! Journalismia?* Porvoo: WSOY, 137–150.
- Saariaho, Sirkku** 2011. *Taviksen kotona*. Journalisti (19), 3.
- Takala-Schreib, Vuokko** 2000. *Suomi muotoilee - unelmien kuvajaisia diskurssien vallassa*. Väitöskirja. Taideteollinen korkeakoulu.
- Töyry, Maija** 2009. *Lukijälähtöisyys aikakauslehtijournalismissa*. Teoksessa Väliverronen, Esa (toim.) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus, 129–149.
- Vehkoo, Johanna** 2011. *Painokoneet seis!* Jyväskylä: Teos.
- Vierros, Eeva** 2010. *Valtaa visualisteille*. Photo Raw (9), 98.

HAASTATTELUT JA PAINAMATTOMAT LÄHTEET

Ahlström, Krister 2011. Haastattelu sähköpostilla 3.5.

Hakkarainen, Anna-Kaari 2008. *Lehti esineenä: erään lehtiudistuksen tarina*. Opinnäyte. Porin taiteen ja median osasto. Taideteollinen korkeakoulu.

Muotoilujournalismin Vaasa-palkinnon asiantuntijaraadin perustelut. Vaasan kaupungin tiedotusassistentti Annika Haukkasalon sähköposti 27.5.2011.

Pärnänen, Suvi 2011. Tiedonanto sähköpostilla 23.11.

Pöppönen, Hannu 2011. Haastattelu Helsingissä 26.4.

Sihvonen, Lauri 2004. *Suomen Kuvalehden Hän-henkilötutut tekstilajina*. Pro gradu. Suomen kielen ja kotimaisen kirjallisuuden laitos. Helsingin yliopisto.

Sutela, Jenna 2011. Haastattelu Helsingissä 7.6.

Tammi, Maija 2010. ”Vuoden uutiskuvassa tuho yhdistää ihmiskunnan” – tutkimus Vuoden lehtikuvat -kilpailusta mediarituaalina. Pro gradu. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto.

Veinola, Anne 2011. Haastattelu Helsingissä 27.4.

Vekkeli, Pirkko 2011. Haastattelu Helsingissä 28.4.

INTERNET-LÄHTEET

Apartamento. <http://www.apartamentomagazine.com/current.php> 9.11.2011

Design Forum Finland. www.designforum.fi 1.1.2012

Form. <http://www.formmagazine.com/en.aspx> 1.3.2012

Form Function Finland. <http://www.designforum.fi/formfunction> 29.2.2012

Huili. http://www.huililehti.fi/9/page.asp?page_id=8975&type=display 9.11.2011

Kielikompassi. http://kielikompassi.jyu.fi/opetus/kirjoitus/kirjoituskurssi/tied_lehtijuttu 3.2.2012

Koti ja keittiö. <http://www.kotijakeittio.fi/> 9.12.2011

Levikintarkastus. <http://www.levikintarkastus.fi/levikkitietokanta/index.php> 21.3.2012

Markkinointi&Mainonta. <http://www.marmai.fi/uutiset/article68039.ece> 3.2.2012

Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto 2006. Ornamo-tiedote 2006 (7), 8.
http://www.finnishdesigners.fi/data/OTLY/ornamo_tiedote%20lyh.7_06.pdf 18.10.2011

Ornamo. http://www.finnishdesigners.fi/index.php?article_id=4501 3.2.2012

Sanoma Magazines.

<http://www.sanomamagazines.fi/yritysinfo/mediamateriaali/tiedotteet/art1796-Gloria-Design-on-muotoilun-ystavan-hilpea-ja-ainutlaatuinen-erikoislehti-.html> 21.3.2012

Sanoma Yritysjulkaisut.

<http://www.sanoma.fi/tietoa-sanomasta/sanoma-media-finland2/uutiset/sanoma-yritysjulkaisut-tee-designpaakaupungille-lehden> 10.12.2011

Taide & Design. <http://www.taidedesign.fi/index.php?id=4>) 21.3.2012

Taito. <http://www.taito.fi/taito-lehti/sata-taidon-vuotta/> 1.3.2012

Taloussanomat. <http://www.taloussanomat.fi/markkinointi/2007/08/16/muoto-lehti-lakkautetaan/200719744/135> 3.2.2012

Trash Magazine. <http://www.trashmagazine.net/index.html> 3.2.2012

Vaasan kaupunki. http://www.vaasa.fi/Suomeksi/Etusivu/Tietoa_Vaasasta/Muotoilujournalismipalkinto 19.1.2012

KUVAT

1. *Ateneum* 15 Feb./1899. Kansi.

2. *Kaunis Koti* 7/1966. Kansi.

3. *Muoto* 2/2001. Kansi.

4. *Form* 1/2012. Kansi.

5. *Apartamento* 7/2011. Kansi.

6. *Huili* 3/2011. Kansi.

7. *Volt* 20.9.2008, s. 8–9. Teksti Susanna Ilmoni, kuvat Fabian Björk. Julkaistu Hufvudstadsbladetin luvalla.

LIITTEET

LIITE 1

MUOTOILUJOURNALISMIN VAASA-PALKINTO -KILPAILUN JURY JA ASiantuntijaryhmä 2006–2012

Jury 2006

Krister Ahlström, juryn puheenjohtaja, vuorineuvos
Antti Blåfield, pääkirjoitustoimittaja, Helsingin Sanomat
Ilpo Santala, toimitusjohtaja, Design Forum Finland
Yrjö Sotamaa, rehtori, Taideteollinen korkeakoulu
Marjaana Toiminén, toimitusjohtaja, Bonnier Publications
Juhani Tolvanen, tuottaja, Ilta-Sanomat sekä Valtion muotoilutoimikunnan jäsen
Veli-Matti Laitinen, juryn sihteeri, hallintojohtaja, Vaasan kaupunki

Varajäsenet 2006

Aila Kolehmainen, tiedottaja, Design Forum Finland
Satu Lautamäki, johtaja, Länsi-Suomen muotoilukeskus MUOVA
Outi Raatikainen, viestintäpäällikkö, Taideteollinen korkeakoulu

Asiantuntijaryhmä 2006

Heli Katajamäki, asiantuntijaraadin puheenjohtaja, FL, tutkija Vaasan yliopiston viestintätieteen laitos
Laura Kurko-Kauranen, kulttuuritoimittaja, sanomalehti Pohjalainen
Ari Nykvist, amanuenssi, Åbo Akademin yhteiskunta- ja hoitotieteellinen tiedekunta
Elina Rebers, ohjelmavastaava, muotoilija, Svenska Yrkeshögskolan
Sirpa Tarkkinen, kilpailun koordinoija, toimittaja, suunnittelija

Jury 2008

Krister Ahlström, juryn puheenjohtaja, vuorineuvos
Antti Blåfield, pääkirjoitustoimittaja, Helsingin Sanomat
Mikko Kalhama, toimitusjohtaja, Design Forum Finland
Yrjö Sotamaa, rehtori, Taideteollinen korkeakoulu
Marjaana Toiminén, toimitusjohtaja, Bonnier Publications
Juhani Tolvanen, tuottaja, Ilta-Sanomat sekä Valtion muotoilutoimikunnan jäsen
Veli-Matti Laitinen, juryn sihteeri, hallintojohtaja, Vaasan kaupunki
Heli Katajamäki, asiantuntijaraadin puheenjohtaja, FL, tutkija Vaasan yliopiston viestintätieteen laitos / lehtori (ma.), nykysuomen ja kääntämisen laitos

Varajäsenet 2008

Aila Kolehmainen, tiedottaja, Design Forum Finland
Annika Hissa, johtaja, Länsi-Suomen muotoilukeskus MUOVA
Eliisa Anttila, viestintäpäällikkö, Taideteollinen korkeakoulu

Asiantuntijaryhmä 2008

Heli Katajamäki, asiantuntijaraadin puheenjohtaja, FL, tutkija Vaasan yliopiston viestintätieteen laitos
Elina Rebers, ohjelmavastaava, muotoilija, Svenska Yrkeshögskolan
Anna-Maija Bäckman, toiminnanjohtaja, Österbottens hantverk rf - Käsi- ja taideteollisuuskeskus Käsityön talo
Loftet Maj-Britt Höglund, toimittaja ja tutkija, FL, Vaasan yliopiston englannin kielen laitos
Aila Kolehmainen, tiedottaja, Design Forum Finland

Jury 2010

Asko Karttunen, juryn puheenjohtaja
Berndt Arell, johtaja, Svenska Kulturfonden
Antti Blåfield, pääkirjoitustoimittaja, Helsingin Sanomat
Mikko Kalhama, toimitusjohtaja, Design Forum Finland
Yrjö Sotamaa, rehtori, Taideteollinen korkeakoulu
Marjaana Toiminen, toimitusjohtaja, Bonnier Publications
Juhani Tolvanen, tuottaja, Ilta-Sanomat sekä Valtion muotoilutoimikunnan jäsen
Veli-Matti Laitinen, juryn sihteeri, hallintojohtaja, Vaasan kaupunki
Heli Katajamäki, asiantuntijaraadin puheenjohtaja, FL, tutkija Vaasan yliopiston viestintätieteen oppiaine

Varajäsenet 2010

Aila Kolehmainen, tiedottaja, Design Forum Finland
Annika Hissa, johtaja, Länsi-Suomen muotoilukeskus MUOVA
Paula Haikarainen, viestintä- ja markkinointijohtaja, Taideteollinen korkeakoulu

Asiantuntijaryhmä 2010

Heli Katajamäki, asiantuntijaraadin puheenjohtaja, FL, lehtori Vaasan yliopiston viestintätieteen oppiaine
Elina Rebers, ohjelmavastaava, muotoilija, Svenska Yrkeshögskolan
Anna-Maija Bäckman, toiminnanjohtaja, Österbottens hantverk rf - Käsi- ja taideteollisuuskeskus Käsityön talo Loftet
Maj-Britt Höglund, toimittaja ja tutkija, FL, Vaasan yliopiston englannin kielen laitos
Aila Kolehmainen, tiedottaja, Design Forum Finland

Jury 2012

Mikko Kalhama, toimitusjohtaja, Design Forum Finland, puheenjohtaja
Asko Karppinen, varapuheenjohtaja, TWRB Säätiö (Tapio Wirkkala Rut Bryk Säätiö)
Antti Blåfield, artikkelipäätoimittaja, Helsingin Sanomat
Pekka Korvenmaa, professori, Aalto yliopisto
Annika Hissa, johtaja, Länsi-Suomen muotoilukeskus Muova
Alf Rehn, professori, Åbo Akademi
Arno Ahosniemi, päätoimittaja, Kauppalehti
Leif Jakobsson, johtaja, Svenska kulturfonden
Juhani Tolvanen, tuottaja, Ilta-Sanomat
Veli-Matti Laitinen, juryn sihteeri, hallintojohtaja, Vaasan kaupunki

Asiantuntijaryhmä 2012

Kirsi Mattila, hankekoordinaattori, Länsi-Suomen muotoilukeskus Muova
Elina Rebers, ohjelmavastaava, muotoilija, Yrkeshögskolan Novia
Anna-Maija Bäckman, toiminnanjohtaja, Österbottens hantverk rf - Käsi- ja taideteollisuuskeskus Käsityöntalo Loftet
Aila Svenskberg, tiedottaja, Designmuseum
Jaana-Stiina Ala-Korpi, toimittaja, sanomalehti Pohjalainen

LIITE 2

MUOTOILUJOURNALISMIN VAASA-PALKINNON VOITTAJAT VUOSILTA 2006–2010

Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto 2006

Vuokon aika, Muoto 1/2006, s. 18–29. Teksti Anna-Kaari Hakkarainen ja Tuomas Laitinen, kuvat Chris Vidal ja Aki Roukala, tyyli Tuomas Laitinen.

Kunniamaininnat 2006

Juttukokonaisuus *Suomalaisessa muotoilussa uusia tuulia, Muotoilu on kaiken perusta ja Satakuntalaisuus on yksi arvoista*, Lalli 9.6.2006. Teksti Sanna Jääskeläinen.

Jörö-Jurgen, Muoto 3/2006, s. 30–35. Teksti Heidi Kalmari, kuvat Juliana Harkki.

Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto 2008

Personporträtt på formgivare Aamu Song, Volt 16.2.2008, s. 8–13. Teksti Susanna Ilmoni, kuvat Fabian Björk.

Personporträtt på skodesigner Minna Parikka, Volt 20.9.2008, s. 8–13. Teksti Susanna Ilmoni, kuvat Fabian Björk.

Personporträtt på design manager Laura Sarvilinna, Volt 1.11.2008, s. 8–13. Teksti Susanna Ilmoni, kuvat Fabian Björk.

Muotoilujournalismin Vaasa-palkinto 2010

Huonekaluvalmistajat yrittävät pienin askelin ulkomaille, Helsingin Sanomat 1.3.2010, Lehden C-osa. Teksti Hannu Pöppönen, kuvat Erja Lempinen.

Seurasaaari elää hiljaiseloa, Helsingin Sanomat 4.8.2010, Lehden C-osa. Teksti Hannu Pöppönen, kuvat Petri Krook.

Seurasaaareen nousi muna, vene ja Sampo, Helsingin Sanomat 26.8.2010, Lehden C-osa. Teksti Hannu Pöppönen, kuvat Markus Jokela.

Designvuosi vaatii muutосkykyä, Helsingin Sanomat 27.9.2010, Lehden C-osa. Teksti Hannu Pöppönen, kuvat Vesa Oja.

Japani napsi parhaita paloja Suomi-designista, Helsingin Sanomat 16.12.2010, Lehden C-osa. Teksti Hannu Pöppönen, kuvat koostuvat eri tuotekuvista (kuvaajat Tuomas Heikkilä, Eija Koponen ja Jaakko Lukumaa).

LIITE 3

POIMINTOJA KILPAILUN ASiantuntijaraadin voittajatöistä antamista lausunnoista
kilpailukausilta 2006 ja 2008:

- *Raikas aloitus*
 - *Hyvä rakenne, jota kuvitus tukee*
 - *Teksti hyvää ja napakkaa*
 - *Teksti on lisäksi kaunista ja soljuvaa*
 - *Artikkelin pääosassa on vahva kertoja*
 - *Kunnianhimoinen ote*
 - *Kansainvälinen ote*
 - *Juttu on loppuun asti viety*
 - *Juttu kiinnostaa lehden lukijaa (ammattilaista), mutta on myös ymmärrettävää maallikolle*
 - *Kirjoittaja ei aliarvio lukijaa*
 - *Kuvat pysäyttävät*
 - *Juttu on visuaalisesti taitava*
 - *Viimeistely*
-

Kiitos

OHJAAJAT
MAIJA TÖYRY
JOHANNA LASSY
FEDERICO ORTEGON
SAARA HELKALA
PERHE JA YSTÄVÄT
